UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

ARTÍCULO ACADÉMICO

TEMA:

Lenguaje e Inteligencia Artificial: Contenido gráfico en campañas publicitarias

Previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación

AUTORA:

Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña

TUTOR:

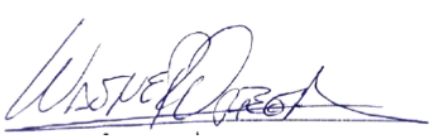
Mgtr. Wagner Ortega

Ambato – Ecuador
2026

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Artículo Académico del tema "LENGUAJE E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: CONTENIDO GRÁFICO EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS" de la estudiante Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña, de la Carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 08 de diciembre de 2025



.....

Wagner Ortega Arcos

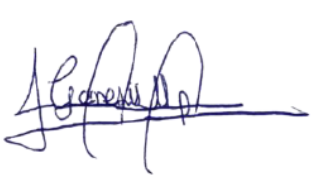
1802648327

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios y datos manifestados en el proyecto de investigación: "LENGUAJE E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: CONTENIDO GRÁFICO EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS" así como también los análisis, pensamientos discusiones y conclusiones emitidos son responsabilidad de la autora. Se autoriza su reproducción parcial siempre que estén sujetas a las condiciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando los derechos de mi autoría y sin ser utilizadas con fines de lucro.

Ambato, 08 de diciembre de 2025



……..

Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña

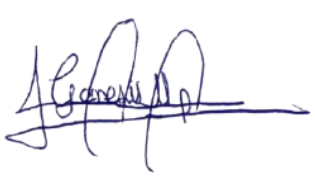
C.I. 0504328857

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña, en calidad de autora del proyecto de investigación en el tema: "LENGUAJE E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: CONTENIDO GRÁFICO EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS" cedo los derechos patrimoniales de mi tesis y autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución, con fines estrictamente académicos o de investigación, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica. Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor.

Ambato, 08 de diciembre de 2025



.....

Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña

C.I. 0504328857

AUTORA

RESUMEN

El objetivo de esta presente investigación es determinar como el lenguaje y la inteligencia artificial es utilizada en la creación de contenidos gráficos de las campañas publicitarias, específicamente en la creación de artes visuales (imágenes). Para poder lograrlo, se tuvo que recurrir a una revisión bibliográfica de artículos académicos que se relacionan con el tema, de igual manera se realizó un análisis de distintos tipos de contenidos gráficos creados por la inteligencia artificial utilizadas en campañas publicitarias y medir la opinión de las audiencias con respecto a esos artes gráficos. En la metodología se incluyó la utilización de herramientas tecnológicas como Copilot, Canva, Facebook, mismos que permitieron encontrar imágenes creadas por la inteligencia artificial, para campañas publicitarias e imágenes creadas por diseñadores gráficos de marcas publicitarias, mismas que, se pudieron comparar y medir la opinión pública con respecto a estos artes visuales. Los resultados destacaron que gran parte de las personas encuestadas puede identificar un arte gráfico hecho por inteligencia artificial, pero les gustaría que diseñadores gráficos y agencias de publicidad conozcan herramientas tecnológicas de la IA, para que, puedan implementar en la creación de imágenes para campañas publicitarias. Sin embargo, al hacer una comparación entre una imagen creada por la IA y otra realizada por un diseñador gráfico, se pudo dar a conocer lo que cada imagen transmite en el público, no solo hubo una comparación diferencial entre ambas, sino que, también se pudo observar lo que la gente quiere ver en un arte gráfico de una campaña publicitaria.

Palabras clave: Inteligencia artificial, publicidad, lenguaje, comunicación, contenido gráfico, opinión pública, campañas publicitarias.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine how language and artificial intelligence are used in the creation of graphic content for advertising campaigns, specifically in the creation of visual arts (images). To achieve this, a literature review of academic articles related to the topic was conducted, as well as an analysis of different types of graphic content created by artificial intelligence used in advertising campaigns and a measurement of audience opinion regarding these graphic arts. The methodology included the use of technological tools such as Copilot, Canva, and Facebook, which allowed us to find images created by artificial intelligence for advertising campaigns and images created by graphic designers of advertising brands, which could then be compared and used to gauge public opinion regarding these visual arts. The results highlighted that a large proportion of those surveyed can identify graphic art made by artificial intelligence, but would like graphic designers and advertising agencies to be familiar with AI technological tools so that they can implement them in the creation of images for advertising campaigns. However, when comparing an image created by AI with one created by a graphic designer, it was possible to reveal what each image conveys to the public. Not only was there a differential comparison between the two, but it was also possible to observe what people want to see in the graphic art of an advertising campaign.

Keywords: Artificial intelligence, advertising, language, communication, graphic content, public opinion, advertising campaigns.

Revista Científica

CIENCIA Y EDUCACIÓN
E-ISSN: 2707-3378
L-ISSN: 2790-8402

CONSEJO EDITORIAL REVISTA CIENCIA Y EDUCACIÓN

Asunto: Certificado de aceptación para revisión y publicación de articulo científico

Oficio N* Cienc-educ2025-03329-C
Ecuador, 20 de Noviembre del 2025

El Consejo Editorial Revista Ciencia y Educación (CERCE) y la Comisión de Publicaciones de Ecuatesis (CPE)

CERTIFICAN:

Que el artículo científico denominado: **"Lenguaje e inteligencia artificial: contenido gráfico en campañas publicitarias".** Siendo:

Autores: Est. Génesis Daniela Llumiquinga Pazuña.

Fue:
Enviado: 15 de Noviembre del 2025

Comienzo de revisión: 18 de Noviembre del 2025

Fue presentado, para su revisión, aprobación y publicación por el autor principal ante el Consejo Editorial de la Revista Ciencia y Educación en la correspondiente al **Vol. 6 Núm. 10.2** de la **Edición Especial IV 2025** del sitio web de la revista ***Ciencia y Educación***.

Es todo cuanto podemos certificar en honor a la verdad, facultando a los interesados hacer uso del presente documento.

Atentamente

Duanys Miguel Peña Lopez

Director General

ENLACE DE LA POTENCIA

https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/1988