



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y
el material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo
2025.**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR:

DANNY NELSON SANTOS DOMÍNGUEZ

TUTOR:

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y el material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo 2025.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR:

DANNY NELSON SANTOS DOMÍNGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Medios de comunicación

**SUB-LÍNEA: Medios impresos, y la utilización de las TIC al desarrollo
social**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	9
DEDICATORIA	10
AGRADECIMIENTOS	11
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	13
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	13
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	14
RESUMEN.....	15
INTRODUCCIÓN	17
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1 Antecedentes del problema de investigación.....	19
1.2 Formulación de pregunta de investigación	28
Sistematización	28
1.2. 2 Preguntas específicas	28
1.3 Objetivo.....	28
1.3. 1. Objetivo general.....	28
1.3. 2. Objetivos específicos	29
1.4 Justificación	29
1.5 Hipótesis	30
1.6 Variables	31
Variable independiente: Narrativa visual de la inteligencia artificial	31
Variable dependiente: Narrativa visual en la fotografía y el material gráfico.....	32
2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	33
2.1 Conocimiento actual	33

Variable independiente: Narrativa visual de la inteligencia artificial	33
Narrativa visual en la fotografía y el material gráfico (Variable dependiente)	35
Herramientas AI más usadas en el Ecuador	36
2.2 Fundamentación teórica y conceptual.....	38
Definición de inteligencia artificial	38
Concepto de narrativa visual	38
Relación entre inteligencia artificial y narrativa visual	39
Problematización crítica	39
Integración digital y físico	40
2.3 Marco legal	41
Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)	41
Lineamientos del CES y CACES	41
Políticas nacionales sobre acceso a TIC y brechas digitales	42
Normativa internacional y ética de la inteligencia artificial	42
Aplicación al Instituto de Postgrado de la UPSE	43
Presupuestos e inversión en Inteligencia Artificial en el Ecuador	43
3 MARCO METODOLÓGICO.....	45
3.1 Enfoque de investigación.....	45
3.2 Tipo de investigación.....	46
3.3 Diseño de investigación	47

3.4	Alcance de la investigación	47
3.5	Operacionalización de las variables.....	48
3.6	Población, muestra y periodo de estudio	54
3.6.1.	Población	54
3.6.2.	Muestra	54
3.6.4.	Periodo de estudio.....	54
3.7	Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	55
4	ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
4.1	Análisis cuantitativo: La encuesta	57
4.2	Análisis cualitativo: La entrevista.....	67
4.3	Análisis cualitativo: Análisis de contenido.....	73
5	Discusión.....	74
5.1	Discusión de encuestas	74
5.2	Discusión de entrevistas.....	77
5.3	Discusión de análisis de contenido	79
6	CONCLUSIONES	81
7	RECOMENDACIONES.....	83
8	REFERENCIAS.....	85
9	ANEXOS	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Herramientas de inteligencia artificial más utilizadas en Ecuador y su aplicación en la narrativa visual	37
Tabla 2. Matriz de operacionalización de las variables	49
Tabla 3. ¿Cuándo se registró en la maestría ofertada por el Instituto de Postgrado UPSE?	57
Tabla 4. ¿Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada?	58
Tabla 5. ¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?	60
Tabla 6. ¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?.....	61
Tabla 7. ¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?	63
Tabla 8. En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?.....	65
Tabla 9. Entrevista a Lic. César Teodoro Arizaga Sellan, Mgtr.	67
Tabla 10. Entrevista a Lic. Luisa María Macías, Mgtr.	69
Tabla 11. Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre las narrativas transmedia y comunicación política.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Cuándo se registró en la maestría ofertada por el Instituto de Postgrado UPSE?	58
Figura 2. ¿Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada?	59
Figura 3. ¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?	61
Figura 4. ¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?.....	62
Figura 5. ¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?	64
Figura 6. En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?	66
Figura 7. Frecuencia de presencia de elementos de IA en la narrativa visual y material gráfico institucional.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8. Árbol de problema	91
Figura 9. instagram de la institucion.....	120
Figura 10. Publicaciones de Marzo	121
Figura 11. Publicaciones de Abril.....	122
Figura 12. Publicaciones de Mayo.....	122
Figura 13. Publicaciones de Junio.....	123
Figura 14. Publicaciones de julio.....	123

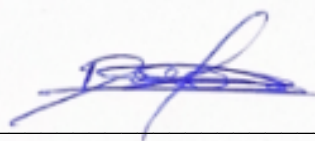
Figura 15. Publicaciones de Septiembre	124
Figura 16. Publicaciones de Agosto.....	124
Figura 17. Página de Facebook de la institución	125
Figura 18. Publicaciones de Marzo – Abril – Mayo	125
Figura 19. Publicaciones de Junio – Julio – Agosto	125
Figura 20. Publicaciones de Septiembre	126
Figura 21. Página de TikTok de la institución.....	126
Figura 22. Publicaciones de Marzo- Abril.....	127
Figura 23. Publicaciones de Junio – Julio.....	127
Figura 24. Publicaciones de Agosto – Septiembre	128

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **DANNY NELSON SANTOS DOMINGUEZ** con C.I. 2400359796 estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **NARRATIVA VISUAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA FOTOGRAFÍA Y EL MATERIAL GRÁFICO DEL INSTITUTO DE POSTGRADO UPSE, PERIODO 2025**, corresponde exclusiva responsabilidad de autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, noviembre, 2025.

Atentamente,



Danny Nelson Santos Domínguez
C.I. 2400359796

DEDICATORIA

A **Dios**, por darme la fuerza, la sabiduría y la perseverancia para alcanzar esta meta que marca un nuevo inicio en mi vida profesional.

A mis **padres, Marlene y Henry**, por su amor infinito, sus sacrificios y su ejemplo de trabajo y humildad, que me han inspirado en cada paso de este camino.

A mis **hermanos, Sheyla, Adrián y Jeremías**, por su cariño, su compañía y por ser siempre un motivo de alegría y superación.

Dedico este logro también a mi **enamorada Jixy**, por su comprensión, paciencia y apoyo constante, que me impulsaron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles.

Este esfuerzo y cada logro alcanzado llevan impreso el amor y la fortaleza que me brindaron todos ellos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por su guía y por permitirme culminar con éxito esta importante etapa académica.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y al Instituto de Postgrado, por ser el espacio donde he podido crecer profesional y humanamente, desarrollando mis capacidades y reafirmando mi compromiso con la comunicación y el conocimiento.

Mi profundo agradecimiento a mis docentes, y especialmente a mi tutor, Lic. Gerson Alfredo Cochea Pachana, Mgtr., por su acompañamiento, sus observaciones oportunas y su valiosa orientación durante todo el proceso investigativo.

A la profesora Libia Panchana, por sus consejos, su apoyo y su cariño maternal, que me acompañaron como una segunda madre, brindándome siempre palabras de aliento y orientación con afecto y sabiduría.

Al profesor Gonzalo Vera, por creer en mí, por su confianza, por guiarme tanto en el ámbito personal como académico, y por darme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente en una prestigiosa institución. Más que un docente, ha sido un gran amigo y mentor.

A Daniel Reyes, por compartir conmigo sus conocimientos, por su apoyo en el ámbito laboral y por su amistad sincera que marcó positivamente mi crecimiento profesional.

A Foster Palacios, por transmitir sus conocimientos con generosidad y ser parte de mi formación práctica y profesional.

A Gabriela Borbor, por ser una mentora ejemplar, por su guía constante y por las enseñanzas que me han servido tanto en mi vida profesional como personal.

A Alejandra Macklif, por su generosidad y calidez humana. Su apoyo diario, brindándome un plato de comida y una palabra amable, hizo que mis días en la universidad fueran más llevaderos. Su gesto constante fue un recordatorio de que la solidaridad también forma parte del camino académico.

Y a mis amigos **Lisandro, Darwin, Andrea, Juan, Nicole y Jorge**, por ser parte esencial de este camino. Gracias por su amistad sincera, por el apoyo incondicional y por acompañarme en las largas jornadas de estudio, en los desafíos y también en las alegrías. Cada uno de ustedes hizo que esta etapa universitaria se convirtiera en una experiencia inolvidable, llena de aprendizaje, compañerismo y momentos que siempre llevaré conmigo.

Este trabajo es el resultado del esfuerzo compartido, de la confianza depositada en mí y del cariño de todas las personas que, de una u otra forma, formaron parte de este logro.

A cada una de ellas, mi gratitud más profunda y sincera.

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 6 de noviembre del 2025

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.
Director de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

Por medio del presente, informo a usted que, el estudiante **Danny Nelson Santos Domínguez**, con número de cédula **2400359796**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y protocolos vigentes de la Carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, denominado **Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la Fotografía y el Material Gráfico del Instituto de Posgrado UPSE, periodo 2025.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/el autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

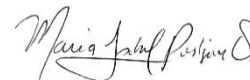
Atentamente,



Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.
DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Lcdo. Gerzon Cochea Panchana,
Mgtr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



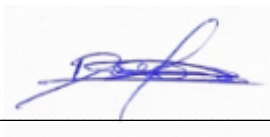
Lcda. María Isabel Posligua
Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana,
Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Xavier Echeverría, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA
DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Danny Nelson Santos Domínguez
ESTUDIANTE

NARRATIVA VISUAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA FOTOGRAFÍA Y EL MATERIAL GRÁFICO DEL INSTITUTO DE POSTGRADO DE UPSE, PERIODO 2025.

Danny Nelson Santos Domínguez

Código Orcid:

<https://orcid.org/0009-0001-5335-5580>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se titula “Narrativa visual de la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE, 2025”. Su objetivo general es determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial en la fotografía y el material gráfico del Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), con el fin de comprender cómo estas herramientas tecnológicas influyen en la construcción estética, comunicacional de los productos institucionales. La metodología empleada tiene un enfoque mixto, que integra métodos cuantitativos y cualitativos ofreciendo una visión integral del fenómeno. Se aplicaron encuestas a estudiantes, entrevistas a personal administrativo del instituto de postgrado vinculado a la producción visual, así como una ficha de observación para analizar las piezas gráficas y fotográficas difundidas en redes sociales y plataformas institucionales durante el periodo académico marzo 2025 – septiembre 2025. El diseño fue no experimental y transversal, con un alcance descriptivo y correlacional, ya que se observó el fenómeno sin manipular las variables, describiendo y relacionando el uso de la IA con la narrativa visual institucional. Los resultados evidencian que la inteligencia artificial incide positivamente en la optimización de los procesos creativos y en la calidad estética del material gráfico, al tiempo que mantiene coherencia con la identidad visual de la institución. Se constató que la IA agiliza la producción, promueve la innovación visual y refuerza la profesionalidad comunicacional, aunque requiere de supervisión humana para garantizar autenticidad y ética en su aplicación. En conclusión, la integración de la inteligencia artificial en la narrativa visual del Instituto de Postgrado de la UPSE representa una herramienta estratégica y creativa que potencia la comunicación institucional y fortalece su identidad en el entorno digital.

El 68,2% de los estudiantes del instituto de postgrado percibe que las imágenes creadas con IA presentan una composición visual coherente y equilibrada, mientras que solo un 6,8% expresa desacuerdo, lo que indica una aceptación mayoritaria de la calidad estética producida mediante estas herramientas.

Palabras clave: Identidad institucional, Inteligencia artificial, Comunicación visual, Tecnología digital.

VISUAL NARRATIVE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN PHOTOGRAPHY AND GRAPHIC MATERIAL OF THE UPSE POSTGRADUATE INSTITUTE, PERIOD 2025

Danny Nelson Santos Domínguez

Código Orcid:

<https://orcid.org/0009-0001-5335-5580>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

ABSTRACT

The present research project is entitled “Visual Narrative of Artificial Intelligence in Photography and Graphic Material of the Graduate Institute of UPSE, 2025.” Its general objective is to determine the impact of the visual narrative generated through artificial intelligence on the photography and graphic material of the Graduate Institute of the Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), in order to understand how these technological tools influence the aesthetic, communicational, and identity construction of institutional products. The methodology employed follows a mixed approach that integrates quantitative and qualitative methods to provide a comprehensive view of the phenomenon. Surveys were administered to students, and interviews were conducted with administrative staff involved in visual production, along with an observation sheet used to analyze graphic and photographic pieces disseminated on social networks and institutional platforms during the academic period from March 2025 to September 2025. The research design was non experimental and cross sectional, with a descriptive and correlational scope, as the phenomenon was observed without manipulating the variables, describing and relating the use of AI with the institutional visual narrative. The results show that artificial intelligence has a positive impact on the optimization of creative processes and the aesthetic quality of graphic material while maintaining coherence with the institution’s visual identity. It was found that AI accelerates production, promotes visual innovation, and enhances communicational professionalism, although human supervision remains necessary to ensure authenticity and ethical application. In conclusion, the integration of artificial intelligence into the visual narrative of the Graduate Institute of UPSE represents a strategic and creative tool that strengthens institutional communication and reinforces its identity in the digital environment.

68.2% of graduate students perceive that images created with AI have a coherent and balanced visual composition, while only 6.8% express disagreement, indicating a majority acceptance of the aesthetic quality produced by these tools.

Keywords: Institutional identity, Artificial intelligence, Visual communication, Digital technology.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación, denominada Narrativa visual de la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE, 2025, tiene como objetivo principal determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial (IA) en la construcción de la fotografía y material gráfico institucional, con el fin de comprender su influencia en la comunicación visual y la identidad del Instituto de Postgrado de la UPSE.

Como objetivos específicos, se plantea, primero, identificar las características de la narrativa visual de la inteligencia artificial presentes en los productos gráficos del Instituto de Postgrado; segundo, describir cómo se expresa la narrativa visual en la fotografía y material gráfico institucional a través del uso de herramientas de IA; y, finalmente, relacionar los efectos comunicacionales y estéticos derivados de la integración de la inteligencia artificial en la narrativa visual institucional.

Hoy en día, la inteligencia artificial se ha consolidado como una herramienta innovadora dentro de los procesos creativos de diseño gráfico y fotografía, transformando la forma en que las instituciones construyen y proyectan su identidad visual. Aunque su uso puede mejorar la estética, agilizar tareas y abrir nuevas posibilidades expresivas, también plantea retos en torno a la autoría, la originalidad y la coherencia de los mensajes. En este escenario, el Instituto de Postgrado de la UPSE tiene la oportunidad de fortalecer su comunicación institucional mediante el empleo estratégico de la narrativa visual apoyada en IA, combinando de manera equilibrada la creatividad humana con la automatización tecnológica.

La metodología empleada en este estudio responde a un enfoque mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas para lograr una comprensión integral del fenómeno. Se aplicaron encuestas a estudiantes, personal administrativo vinculado a la maestría de comunicación del Instituto de Postgrado, entrevistas semiestructuradas a expertos en comunicación visual y análisis de contenido de fotografía y material gráfico institucional mediante fichas de observación. El diseño es no experimental y transversal, dado que las variables se analizaron en su contexto natural durante un único periodo académico sin manipulación deliberada.

Capítulo I: Presenta el tema de investigación, antecedentes a nivel internacional, nacional y local, así como los objetivos, preguntas de investigación, variables y la justificación del estudio.

Capítulo II: Contiene el marco teórico y conceptual, en donde se analizan los conceptos fundamentales relacionados con la narrativa visual, inteligencia artificial, comunicación institucional y creatividad digital, además de un marco legal que respalda la investigación.

Capítulo III: Describe el marco metodológico, incluyendo el enfoque mixto, los instrumentos de recolección de datos, el tipo y diseño de investigación, la población, muestra y criterios de selección aplicados.

Capítulo IV: Presenta los resultados obtenidos mediante encuestas, entrevistas y observación, evidenciando la percepción, integración y efectos de la narrativa visual generada con IA en la fotografía y material gráfico institucional.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación.

La integración de la inteligencia artificial (IA) en los procesos creativos es uno de los cambios más grandes en el mundo de la comunicación visual en los últimos años. A nivel mundial, los estudios demuestran que el diseño gráfico y la publicidad se han visto altamente influenciados por el uso de estas herramientas. En San Salvador se pudo constatar que la IA vino a mejorar tiempos y abrir posibilidades creativas en el diseño gráfico publicitario, pero también vino a poner en tela de juicio en la autenticidad de la creatividad humana (Ávalos Áviles, 2024, p. 7). Esto demuestra que la creatividad visual se enfrenta al desafío de la automatización sin perder el pensamiento humano del proceso creativo. Así, se abre la discusión sobre si la IA es una herramienta que apoya la imaginación humana o la reemplaza, y los profesionales deben pensar en la autoría, la originalidad y la ética al crear imágenes.

Además, una revisión sistemática de la literatura científica de 2017 a 2023 encontró cuatro áreas en las que la IA está impactando el diseño: identidad gráfica, tipografía, diseño editorial y diseño web. Los resultados muestran que la IA no solo afecta la imagen de los productos gráficos, sino que también cambia la orquestación de lenguajes visuales que antes dependían del diseñador (Rodríguez Valenzuela & Díaz Fernández, 2024, p. eB2). Como indica la Universidad Don Bosco (2024), estos cambios abren puertas no solo a nuevas formas de expresión creativa, sino que también redefinen la interacción entre la creatividad humana y la contribución algorítmica, creando nuevas tensiones sobre la autenticidad. En esa misma línea,

Salinas (2024) recalca que este contexto requiere que los comunicadores desarrollen habilidades críticas y creativas para mantener su posición ante un futuro automatizado.

Por otro lado, desde México se ha defendido que la mirada prospectiva es necesaria para conocer el futuro de la disciplina, ya que la IA democratiza el diseño y permite que personas sin estudios formales diseñen. Esta situación requiere que los comunicadores fortalezcan sus habilidades críticas y creativas para mantener su rol en la sociedad (Salinas Gutiérrez, 2024, p. 39). Esto refuerza lo expresado por Rodríguez y Díaz (2024), en que la IA transforma los lenguajes visuales al combinar lo humano y lo algorítmico, y coincide con la alerta de la Universidad Don Bosco (2024) de no perder la autenticidad en los procesos creativos. En suma, estas miradas dan cuenta de que la aplicación de la IA al diseño trae consigo beneficios en cuanto a velocidad y democratización, pero también éticos para asegurar la coherencia con la identidad institucional.

A nivel nacional se ha confirmado que la IA es una herramienta con potencial creativo, pero que aún genera desconfianza por la ausencia de marcos éticos y legales que regulen su uso (Andrade-Arias et al., 2024, p. 2). Este descubrimiento hace eco de lo que ya advertía la Universidad Don Bosco (2024) cuando decía que la innovación tecnológica pone en tela de juicio la autenticidad de la creatividad, o de lo que advertía Salinas (2024) sobre la necesidad de formar profesionales capaces de afrontar los riesgos de la automatización. En ese contexto, la evidencia nacional muestra que, si bien la IA abre posibilidades en el ámbito creativo, aún existe

la necesidad de establecer marcos éticos y académicos para guiar su uso en la comunicación visual.

Otro estudio en Ecuador ha informado que la IA ha transformado las formas convencionales de captura y manipulación de imágenes en fotografía digital, automatizando procesos para ajustar la luz, textura o encuadre. Esto significa que los resultados no siempre son el resultado de una elección humana, sino de parámetros preestablecidos por sistemas de IA (Pastó et al., 2025, p. 12). Pero el aprovechamiento de estas tecnologías está dependiendo a las brechas digitales existentes en el país: mientras que ciertos sectores cuentan con tecnologías y capacitación para implementar la IA, otros aún enfrentan conflictos de conectividad y alfabetización digital (Censos, 2024). En ese sentido, lo que proponen Rodríguez y Díaz (2024) sobre el papel del diseñador cobra mayor relevancia, ya que no solo debe dirigir las contribuciones algorítmicas, sino también ajustarlas a contextos con desigualdades persistentes en el acceso y uso de tecnologías.

En la publicidad se ha visto que la IA crea controversia entre los que apoyan que es una revolución y los que dicen que destruye la fotografía como arte. Estas diferencias son un ejemplo del eterno conflicto entre la innovación tecnológica y la conservación de la identidad visual que también llega a los espacios universitarios, donde la imagen institucional necesita ser coherente y fiable (Calderon, 2024, pp. 8-9). Esta tensión hace eco de la preocupación que la Universidad Don Bosco (2024) ya advertía: se está perdiendo la autenticidad de la creatividad en los procesos visuales. De este modo, se refuerza que la aplicación de la IA en la publicidad y en

el mundo académico ha de venir acompañada de marcos éticos y de la supervisión humana para garantizar la originalidad y la fidelidad a los valores de la institución.

En Santa Elena, se ha verificado que estudiantes de Comunicación utilizan IA para generar productos académicos y comunicacionales. Los resultados muestran que estas apps fomentan la creatividad y la originalidad, pero su uso es limitado por el desconocimiento de las ventajas (Mosquera & Suárez, 2023, p. 1). Y ahí enlaza con lo que ya decía Salinas (2024) de que la IA democratiza el diseño, pero necesita de los profesionales y futuros comunicadores en este caso con habilidades críticas y creativas para aprovecharla. De este modo, la realidad local presencia que el acceso a las herramientas no es suficiente para asegurar su uso apropiado, sino que necesita de una formación académica y acompañamiento pedagógico.

Asimismo, otro estudio afirma que, si bien los estudiantes tienen conocimientos superficiales sobre la IA, no aprovechan su potencial en el mundo digital, lo que demuestra que se debe fortalecer la alfabetización tecnológica en los entornos educativos (Castillo Zapata, 2025, p. XI). Este escenario se alinea con lo que ya advierten Rodríguez y Díaz (2024): la llegada de la IA redefine el rol del diseñador y del comunicador visual, llevándolo a un rol más estratégico que técnico. Esto implica que, si bien los algoritmos pueden automatizar procesos repetitivos como la edición de imágenes o la creación de bocetos, el profesional es quien debe determinar sus aplicaciones adecuadas, cómo se ajustan a la identidad de la organización y cómo ayudan a comunicar un mensaje genuino y convincente. El valor agregado del comunicador visual ya no es el manejo de programas o herramientas, sino el uso de un criterio ético, estético y cultural que asegure la coherencia y la originalidad de los productos. Así, los resultados locales muestran que

la brecha ya no se encuentra en el acceso a las herramientas, sino en la capacidad de leerlas, contextualizarlas y usarlas para crear narrativas visuales consistentes con la marca institucional.

Estudios recientes verifican que la brecha digital continúa siendo una deuda por pagar, en Ecuador, sobre todo en las zonas rurales, donde los hogares muestran un analfabetismo digital hasta cinco veces superior al de las áreas urbanas. A pesar de que el indicador a nivel nacional disminuyó del 14,4% en 2014 al 8,2% en 2022, en la zona rural esta situación ha aumentado. El problema no está solo relacionado con la falta de acceso a Internet o dispositivos, sino también con la ausencia de competencias esenciales para hacer uso eficiente de las tecnologías (Marcayata, 2023).

A nivel mundial la narrativa visual en fotografía se ha reconocido como una herramienta persuasiva en la publicidad. En un estudio realizado en la ciudad de Cali, se dice que la fotografía no solo tiene un propósito estético, sino que expresa sentimientos y mensajes que influyen en las decisiones de consumo (Paredes, 2022, pp. 1-25). Esto concuerda con lo que menciona Elementos gráficos (2025), que la composición, el color y la tipografía fortalecen la habilidad del mensaje visual para guiar al espectador. En conjunto, estos enfoques demuestran que la narrativa visual no solo se trata de mostrar un producto, sino de toda una estrategia de comunicación que le da una identidad y refuerza la recordación de marca. Pero, además, la historia visual es capaz de hacer que una marca se destaque del resto, mostrar consistencia en sus comunicaciones y establecer conexiones emocionales con el público. En términos institucionales, significa que toda pieza gráfica, desde una foto publicitaria hasta un póster académico o un banner digital, debe pensarse como parte de una narrativa más amplia que encarne los valores, la misión y la visión de la institución.

En ese mismo tenor, se ha de mencionar que los elementos gráficos composición, color, tipografía, entre otros son constructores de la narrativa visual, pues no solo refuerzan la estética de las piezas, sino que guían la mirada del espectador y refuerzan el mensaje (Castillo Zapata, 2025). Esto viene a complementar lo que ya decía la investigación de Cali (2022), ya que mientras que en esta se hace hincapié en la persuasión de la fotografía, aquí se recalca que la fuerza visual también recae en la manera en la que se logren ensamblar los elementos gráficos. A nivel institucional, esto implica que una campaña de comunicación no solo genere piezas aisladas, sino que defina unas guías de color, tipografía y diseño para garantizar la coherencia entre materiales de distinta naturaleza, como folletos, stands o contenido digital. De esta manera, la narrativa visual es una manera de reforzar la marca y de comunicar mejor el mensaje.

Además, se ha sugerido que la fotografía narrativa conecta la palabra y la imagen, lo que permite una comunicación más significativa (Fuerte Castrillón, 2021, p. 5). Esta perspectiva complementa lo que mencionó Cali (2022), quien resalta la influencia de la fotografía, y coincide con lo que dice Elementos gráficos (2025) sobre la importancia del diseño visual. En resumen, estas ideas muestran que la narrativa visual es más que solo apariencia; es un lenguaje que se relaciona y complementa con el texto. En una institución, esto se puede ver en campañas de comunicación, donde la imagen, la tipografía y las palabras crean historias claras que se vinculan con el público y fortalecen la identidad visual en formatos gráficos y audiovisuales

A nivel nacional se reconoce que la fotografía va más allá de su uso documental y se convierte en una herramienta narrativa en la producción audiovisual. Las imágenes no solo ilustran las historias, sino que ayudan a crearlas, enriqueciendo el mensaje (Juan Carlos Endara

Chimborazo, 2025, p. 3). Esto se diferencia de lo abordado en el estudio internacional de Cali (2022), donde se hace referencia a la persuasión publicitaria, y complementa lo mencionado por Elementos gráficos (2025) en que la narrativa visual depende de la intención y la coherencia de la imagen con el mensaje. Pero la realidad ecuatoriana muestra que aún existen limitaciones para el desarrollo de estas narrativas por las brechas tecnológicas y de capacitación: no todos los productores o instituciones tienen equipos ni capacitación para integrar la fotografía en narrativas audiovisuales de alto impacto (Censos, 2024). En ese contexto, el Instituto de Postgrado de la UPSE tiene el reto de hacer de la fotografía y el material gráfico un instrumento para fortalecer su proyección académica, a pesar de las restricciones del entorno.

Un estudio de cobertura nacional explora la narrativa visual con un enfoque futurista, ya que la tecnología y la sociedad están cambiando las maneras de contar historias con imágenes (Macias, 2025, p. 5). Esta mirada se basa en estudios internacionales que señalan que la narrativa visual no es una noción estática, sino que se transforma en la medida que cambian los contextos culturales y tecnológicos.

En el caso ecuatoriano, las brechas en infraestructura digital restringen estas posibilidades. Mientras en los entornos urbanos la conectividad facilita la exploración de nuevas propuestas visuales, en las zonas rurales persisten obstáculos como el analfabetismo digital, que alcanza cifras hasta cinco veces superiores a las de las áreas urbanas. Esto obstaculiza las oportunidades para innovar en términos de comunicación visual (Marcayata, 2023).

Estas diferencias generan una distancia entre las teorías planteadas y su aplicabilidad a los contextos educativos y culturales. El Instituto de Posgrado de la UPSE debe capacitarse para la narrativa visual del futuro. Es fundamental desarrollar estrategias que reduzcan barreras

tecnológicas y formativas, para que las nuevas formas de comunicación sirvan a toda la comunidad universitaria en condiciones de equidad.

Por otro lado, se ha argumentado que la narrativa visual también se crea en objetos físicos que transmiten identidad y almacenan memoria colectiva. Un estudio de fotografía patrimonial argumenta que las fotografías, al ser impresas en diferentes materiales, se convierten en estrategias de transferencia cultural y fortalecimiento comunitario (Quezada Tello & Tusa, 2017, p. 102). No sólo en lo cultural, sino también en lo institucional, donde afiches, folletos, banners o stands no son sólo adornos, sino elementos visuales que refuerzan la misión y visión de las instituciones. A diferencia de lo virtual, lo físico permanece, está en el espacio público, genera proximidad, deja memoria. Para el Instituto de Postgrado de la UPSE, este tipo de material gráfico es vital para proyectar su imagen académica y crear una identidad visual para sus eventos presenciales y para comunicarse con la comunidad.

En Santa Elena se ha reconocido que las narrativas visuales son un apoyo en el periodismo digital. Un estudio de caso en el Noticiero Peninsular Online demostró que estas historias se aprovechan para complementar las noticias, pero todavía tienen áreas por mejorar en criterios estéticos y de coherencia visual (Bermeo, 2022, p. 73). Este resultado es diferente a lo que se evidencia en los estudios internacionales, donde la narrativa visual ya es un medio persuasivo muy explotado (2022), y evidencia que en el contexto local aún son producciones incipientes. Más allá de la capacidad de ilustrar, la falta de directrices gráficas dificulta la construcción de identidad y recordación en la audiencia. Para el Instituto de Postgrado de la UPSE, esto implica la necesidad de profesionalizar la elaboración de materiales visuales (digitales y físicos, como afiches o flyers de difusión académica) para establecer una narrativa de

marca consistente que refuerce la imagen institucional ante la comunidad universitaria y la sociedad.

En estudios más recientes se ha analizado el papel de la narrativa audiovisual en la construcción de identidad cultural universitaria. Los hallazgos muestran que aunque los estudiantes no siempre reconocen una cultura institucionalizada, sí logran identificar símbolos y valores que los representan y los hacen sentir pertenecientes (Bazán Peña & Marshall Asencio, 2024, p. 15).

Este descubrimiento se hace eco de lo que ya advertían estudios internacionales como Elementos gráficos (2025), que avisaban de que la coherencia visual es fundamental y que la falta de líneas maestras estéticas destruye la marca. La narrativa visual no solo se queda en campañas digitales, sino también en materiales físicos como rotulación de espacios académicos, stands para ferias o carteles para eventos universitarios. La dispersión de estos elementos disminuye el impacto comunicacional y la posibilidad de construir una narrativa institucional. Para el Instituto de Postgrado de la UPSE este contexto implica potenciar el diseño de piezas gráficas que integren símbolos, colores y tipografías con propósito para que la narrativa visual se perciba como parte de la identidad y no como un adorno.

1. Finalmente, se ha llegado a constatar que en el mundo online las narrativas audiovisuales hacen uso de un lenguaje cercano y de elementos visuales con los que la audiencia se identifique. Como ejemplo, el caso de Raptor Gamer demuestra cómo las expresiones coloquiales mezcladas con gráficos en movimiento están en constante interacción con sus seguidores (Fuertes Perez, 2023, p. XII). Este caso, del mundo del ocio, también tiene

enseñanzas para el mundo académico e institucional: la narrativa visual no solo debe informar, sino conectar emocionalmente con la audiencia. Mientras que a nivel internacional la narrativa visual se enfoca en la persuasión publicitaria (2022), a nivel local aún no se logra llevar estas estrategias a los espacios universitarios. Para el Instituto de Postgrado de la UPSE, esto conllevó la transformación de sus materiales gráficos, que abarcan desde flyers de programas hasta videos institucionales, en narrativas que captaran la atención de estudiantes y docentes, en vez de ser meramente portadores de información.

1.2 Formulación de pregunta de investigación

Sistematización

¿De qué manera la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial incide en la construcción de la narrativa visual presente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?

1.2.2 Preguntas específicas

- ¿Qué rasgos de la narrativa visual de la IA se manifiestan en los productos gráficos del Instituto de Postgrado?
- ¿De qué manera se expresa la narrativa visual en la fotografía y el material gráfico institucional a través de las herramientas de inteligencia artificial?
- ¿Qué efectos comunicacionales y estéticos surgen de la integración de la inteligencia artificial en la narrativa visual del Instituto de Postgrado de la UPSE?

1.3 Objetivo

1.3.1. Objetivo general

Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE.

1.3. 2. Objetivos específicos

1. **Identificar** las características de la narrativa visual de la inteligencia artificial presentes en los productos gráficos del Instituto de Postgrado.
2. **Describir** la narrativa visual en la fotografía y el material gráfico institucional en relación con los recursos de inteligencia artificial utilizados.
3. **Relacionar** los efectos comunicacionales y estéticos derivados de la integración de la inteligencia artificial en la narrativa visual del Instituto de Postgrado de la UPSE.

1.4 Justificación

La relevancia de esta investigación se justifica en la creciente incursión de la inteligencia artificial (IA) en los procesos creativos del diseño gráfico, la fotografía y la producción de material institucional. La narrativa visual, como estructura de elementos estéticos, simbólicos y comunicativos que le dan sentido a las imágenes, ha abierto un nuevo abanico gracias a las herramientas automatizadas que crean imágenes en segundos. Este contexto crea oportunidades y desafíos para las instituciones educativas, donde la comunicación visual es determinante para hacer marca, proyectar identidad y fortalecer los vínculos con la comunidad académica y la sociedad.

A nivel mundial, varios estudios muestran que la IA apoya la creatividad y acelera la creación de contenidos, pero también genera preguntas sobre autoría, originalidad y homogeneización de estilos. Por su parte, la narrativa visual en fotografía y material gráfico ha demostrado ser persuasiva, identitaria y cultural, en los mundos digital y físico, donde afiches, banners, stands y folletos son herramientas para proyectar mensajes consistentes. En el contexto

ecuatoriano, los adelantos tecnológicos se mezclan con serias restricciones relacionadas con las brechas digitales: inequidades de acceso a internet, falta de equipos y un porcentaje de la población que aún carece de habilidades elementales en el manejo de herramientas tecnológicas. Estos factores limitan la plena integración de la inteligencia artificial y de las narrativas visuales contemporáneas en los procesos de comunicación institucional.

Desde el ámbito académico, el proyecto resulta relevante al ofrecer un marco teórico y práctico que explica cómo se integran la inteligencia artificial y la narrativa visual en los procesos comunicativos, convirtiéndose en una referencia actualizada para futuras investigaciones.

A nivel institucional, la investigación brindará al Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena lineamientos para el uso ético y estratégico de la inteligencia artificial y la narrativa visual en la elaboración de material gráfico, fortaleciendo su identidad y garantizando la coherencia del mensaje tanto en soportes impresos como digitales.

Por último, en el plano social, este estudio promueve un uso creativo, inclusivo y responsable de la inteligencia artificial y la narrativa visual, con el propósito de generar productos comunicacionales originales que refuercen la identidad institucional y aporten al desarrollo cultural y académico de la comunidad universitaria y de la provincia.

1.5 Hipótesis

La narrativa visual creada con inteligencia artificial tiene un papel relevante en la producción de fotografías y material gráfico del Instituto de Posgrado de la UPSE, al incorporar procesos creativos que optimizan los tiempos de trabajo y amplían las posibilidades estéticas y comunicativas. Su efecto es evidente tanto en los medios digitales, donde la consistencia de los

elementos visuales fortalece la persuasión y la recordación institucional, como en los materiales impresos afiches, banners, stands y folletos que refuerzan la identidad y la presencia del instituto en la comunidad académica.

Sin embargo, la aplicación de estas tecnologías enfrenta limitaciones derivadas de desigualdades en el acceso a internet, herramientas digitales y alfabetización tecnológica, lo que dificulta una apropiación equitativa y crítica. Por ello, un uso ético y planificado de la inteligencia artificial puede consolidar la identidad institucional y mejorar su proyección académica, mientras que un manejo desordenado o sin guía podría comprometer la autenticidad de los mensajes y romper la coherencia de la comunicación visual.

1.6 Variables

Variable independiente: Narrativa visual de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial está revolucionando la creación visual al permitir generar imágenes con rapidez, amplitud estética y sin necesidad de formación especializada. Esta democratización ha llevado a cuestionar el rol del diseñador, ya que la IA automatiza procesos creativos y redefine el lenguaje visual (Rodríguez Valenzuela & Díaz Fernández, 2024; Salinas Gutiérrez, 2024). En este escenario, el profesional ya no se limita a ejecutar tareas técnicas, sino que asume un rol estratégico donde debe interpretar, guiar y contextualizar el uso de herramientas algorítmicas desde una perspectiva ética, crítica y comunicacional (Salinas Gutiérrez, 2024).

En Ecuador, aunque se reconoce el potencial creativo de la inteligencia artificial, aún existen limitaciones relacionadas con la ausencia de marcos éticos y normativos que orienten su

aplicación (Juan Carlos Endara Chimborazo, 2025). Además, la automatización de procesos fotográficos como la iluminación o el encuadre reduce la intervención humana, transfiriendo decisiones estéticas y técnicas a los algoritmos (Pastó et al., 2025). En escenarios como el de Santa Elena, las brechas digitales dificultan la adopción integral de estas tecnologías: mientras algunos estudiantes logran aprovechar sus ventajas, otros enfrentan obstáculos derivados del desconocimiento, la escasez de equipos y los problemas de conectividad (Castillo Zapata, 2025; Mancero Mosquera & Suárez Ramírez, 2023). Esto demuestra que la apropiación crítica de la inteligencia artificial no depende únicamente del acceso a la tecnología, sino también de una formación que promueva su uso ético, reflexivo y estratégico.

Variable dependiente: Narrativa visual en la fotografía y el material gráfico

La narrativa visual en fotografía y material gráfico es fundamental para comunicar mensajes institucionales, construir marca y generar recordación. A nivel mundial se ha comprobado que la fotografía no solo tiene fines estéticos, sino también persuasivos, manipulando las emociones del espectador (Paredes, 2022). De la misma manera, se ha hecho hincapié en que la coherencia gráfica tipográfica, cromática, de diseño y de estilo es fundamental para construir una identidad visual fuerte y de impacto (Castillo Zapata, 2025). Asimismo, se ha planteado que la fotografía narrativa hace de mediadora entre imagen y palabra, enriqueciendo la expresión visual y la profundidad comunicacional (Fuerte Castrillón, 2021).

En el contexto ecuatoriano, la narrativa visual ha sido abordada como una herramienta para crear sentido más allá de lo documental, especialmente en entornos Se reconoce que esta narrativa evoluciona con las tecnologías y debe adaptarse a las condiciones sociales del país

(Macias, 2025). Sin embargo, también se identifican debilidades: los productos gráficos carecen de uniformidad estética, y las narrativas aún son incipientes, especialmente en medios digitales como Noticiero Peninsular Online (Yagual, 2022). A nivel institucional, como en la UPSE, esto implica la necesidad de diseñar piezas gráficas que integren coherencia estética, símbolos y valores para fortalecer la identidad institucional (Bazán Peña & Marshall Asencio, 2024; Quezada Tello & Tusa, 2017).

2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 Conocimiento actual

Variable independiente: Narrativa visual de la inteligencia artificial

A nivel global, la IA está innovando los procesos creativos del diseño gráfico y la comunicación visual. Los estudios actuales coinciden en que estas herramientas mejoran los tiempos de trabajo, disminuyen los costos de producción y amplían las posibilidades visuales en la creación de imágenes. De este modo, la IA se ha vuelto Optimiza, ya que cualquier persona sin formación especializada puede crear contenidos gráficos y audiovisuales (Salinas Gutiérrez, 2024, p. 39). Pero esto abre la conversación sobre qué será del diseño profesional, pues el acceso fácil a las herramientas no siempre implica un uso crítico o la construcción de narrativas.

Teóricamente, se ha llegado a proponer que la IA no es solo una herramienta, sino un agente que transforma los lenguajes visuales. Rodríguez y Díaz (Rodríguez Valenzuela & Díaz Fernández, 2024, p. eB2) afirman que la integración de algoritmos inteligentes transforma los códigos gráficos y redefine la posición del diseñador en los procesos creativos, ahora como estrategia en vez de operador. Esta postura concuerda con lo que advierte Salinas (2024, p. 39):

que la IA optimiza el diseño, pero exige a los diseñadores desarrollar su capacidad crítica, creativa y ética. En otras palabras, el comunicador visual ya no es valorado por sus habilidades técnicas, sino por su capacidad para interpretar y manipular la contribución de la máquina a un proyecto institucional.

De la misma manera que a nivel internacional la evidencia nos indica una tendencia similar, a nivel nacional nos muestra lo mismo. Un estudio de los límites y posibilidades de la IA en Ecuador señala que la IA tiene un potencial creativo casi infinito, pero aún genera desconfianza por la falta de regulación y marcos éticos (Andrade-Arias et al., 2024, p. 4). Este descubrimiento refuerza la necesidad de hablar de la IA en el ecosistema comunicacional del país, no como una herramienta tecnológica, sino como un recurso con el cual hay que trabajar desde la ética y la pedagogía. Además, estudios sobre fotografía digital indican que la IA ha transformado la forma en que se capturan y editan las imágenes, automatizando aspectos como la luz, la textura o el encuadre, lo que da como resultado imágenes generadas por algoritmos en lugar de decisiones humanas (Pastó et al., 2025, p. 12).

En la provincia de Santa Elena, el desarrollo tecnológico avanza de manera desigual. Estudios realizados en la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) revelan una doble realidad: por un lado, los estudiantes de Comunicación están utilizando la inteligencia artificial para elaborar productos académicos y comunicacionales que potencian su creatividad y originalidad (Mancero Mosquera & Suárez Ramírez, 2023), por otro, enfrentan limitaciones como el desconocimiento de ciertas herramientas, la falta de formación específica y las brechas tecnológicas que dificultan el acceso a equipos y a una conexión estable (Castillo Zapata, 2025, p. XI). Esto coincide con los datos del INEC (2024), que muestran desigualdades en el acceso a

internet y en las competencias digitales a nivel nacional. Así, la inteligencia artificial se presenta como una herramienta con gran potencial, pero su apropiación efectiva depende de la capacitación crítica y de la reducción de estas brechas digitales en espacios educativos como la UPSE.

Narrativa visual en la fotografía y el material gráfico (Variable dependiente)

La narrativa visual en fotografía y en material gráfico se ha analizado en el ámbito académico, publicitario, cultural, convirtiéndose en un área esencial de la comunicación visual. A nivel mundial se ha evidenciado que la fotografía es persuasiva y que influye en el comportamiento de compra a través de las emociones y los significados que van más allá de la estética (Paredes, 2022, p. 25). Además, se ha hecho notar que la coherencia de los elementos gráficos —tipografía, color, diseño y estilo visual— es un factor esencial para asegurar la efectividad comunicativa y reforzar la identidad corporativa (Castillo Zapata, 2025, p. 6). La fotografía narrativa se propone como un eslabón entre la palabra y la imagen (Fuerte Castrillón, 2021, p. 14).

De igual modo, en el ámbito nacional se ha indagado en los cambios de la narrativa visual. Se sabe que la fotografía tiene una función narrativa en el audiovisual, no solo como documentación, sino como creadora de historias que complementan la información (Juan Carlos Endara Chimborazo, 2025).

Otros señalan que las innovaciones tecnológicas y sociales redefinen las maneras de narrar visualmente, haciendo de la narrativa un campo siempre cambiante (Macias, 2025). Finalmente, la fotografía patrimonial y los materiales impresos, como afiches, lonas o stands, no solo cumplen la función de transmitir información de manera inmediata, sino que también

contribuyen a la preservación de la cultura y la identidad institucional (Quezada Tello & Tusa, 2017, p. 102). Estos casos evidencian que la narrativa visual trasciende el ámbito digital y se manifiesta igualmente en soportes físicos, que poseen un alto valor simbólico y comunicativo para la institución.

En Santa Elena, los estudios muestran avances y restricciones en la elaboración de narrativas visuales. Por ejemplo, estudios en medios digitales como Noticiero Peninsular Online demuestran que las narrativas visuales son un acompañamiento de la noticia, pero con fallas en criterios estéticos y de uniformidad (Bermeo Yagual, 2022, p. 4). Por lo contrario, otros estudios han abordado la narrativa audiovisual en la identidad cultural universitaria, y descubrieron que los estudiantes no siempre se identifican con una identidad, pero la mayoría reconocen símbolos y valores que los representan (Bazán Peña & Marshall Asencio, 2024, p. 15). Finalmente, se ha llegado a evidenciar que en plataformas como YouTube los materiales gráficos y narrativos logran generar proximidad con el público, siendo la narrativa visual adaptable a contextos diversos como el educativo o el comunitario (Fuentes Perez, 2023, p. XII).

Todo este panorama nos lleva a afirmar que la narrativa visual en fotografía y material gráfico es un canal estratégico de comunicación institucional, ya que aúna el poder persuasivo de la imagen, la coherencia gráfica y la generación de identidad. Como sucede con la IA, tiene problemas como la falta de capacitación y la necesidad de establecer directrices para generar imágenes en instituciones educativas como el Instituto de Postgrado de la UPSE.

Herramientas AI más usadas en el Ecuador

El interés por las herramientas de inteligencia artificial (IA) ha crecido de manera notable en Ecuador durante los últimos años, tanto en los ámbitos profesional, educativo como creativo. Según el informe Estado Digital Ecuador, ChatGPT de OpenAI se ha consolidado como la IA más

buscada, con un promedio de 450.000 búsquedas mensuales (El Universo, 2023). También se reporta que en febrero de 2025 el país registró 23,7 millones de visitas al sitio web de ChatGPT, lo que equivale a unas 790.000 consultas diarias (La Hora, 2025).

Tabla 1. Herramientas de inteligencia artificial más utilizadas en Ecuador y su aplicación en la narrativa visual

<i>Herramienta</i>	<i>Uso principal en Ecuador</i>	<i>Fortalezas para narrativa visual</i>
<i>ChatGPT</i>	Generación de texto, ideas, prompts, redacción académica	Facilita la generación de descripciones, guiones, historias visuales
<i>Midjourney / Adobe Firefly Copilot, Claude, Perplexity</i>	Creación de imágenes a partir de texto, bocetos visuales conceptuales Apoyo en productividad, síntesis de contenido, investigación	Permiten visualizar ideas antes de producción final Aceleran la búsqueda de información y la generación de contenido visual/textual
<i>Canva + funciones IA</i>	Diseño gráfico rápido, material institucional, infografías, presentaciones	Herramienta accesible para quienes no son diseñadores profesionales
<i>Adobe Illustrator</i>	Diseño vectorial, creación de logotipos, infografías y material gráfico institucional	Permite trabajar con gráficos escalables de alta calidad, ideal para mantener consistencia en identidad visual
<i>Adobe Photoshop</i>	Edición y retoque de fotografías, creación de imágenes compuestas, material visual para medios digitales e impresos	Potente para manipulación de imágenes, ajustes estéticos y creación de efectos visuales atractivos

Nota. Elaboración propia con base en información de El Universo (2023), La Hora (2025), Teleamazonas (2024) y Pulpo.ec (2023).

Las herramientas mencionadas, como ChatGPT, Midjourney, Adobe Firefly, Copilot, Claude, Perplexity, Canva, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, van más allá de sus funciones tradicionales de generación de texto, diseño gráfico y edición de imágenes, al integrar cada vez más capacidades basadas en inteligencia artificial. Estas funcionalidades permiten automatizar

procesos creativos, generar contenido visual y textual de manera eficiente, mejorar la coherencia estética y narrativa, y fomentar la experimentación con nuevas ideas y estilos. En consecuencia, la incorporación de la inteligencia artificial en estas plataformas potencia la narrativa visual, optimizando tanto la producción como la calidad del material gráfico e institucional en contextos académicos y profesionales (Gragueb, 2023).

2.2 Fundamentación teórica y conceptual

Definición de inteligencia artificial

La inteligencia artificial puede definirse como el conjunto de sistemas computacionales capaces de realizar tareas que requieren procesos cognitivos humanos, tales como el aprendizaje, la interpretación de patrones y la generación de contenidos (Ávalos Áviles, 2024).

En el ámbito del diseño y la comunicación visual, la inteligencia artificial ha empezado a desempeñar un papel central al automatizar la edición, la manipulación de imágenes y la generación de gráficos, ampliando así las posibilidades creativas y reduciendo los tiempos de producción (Rodríguez Valenzuela & Díaz Fernández, 2024, p. eB2). Este avance conlleva que el profesional deje de limitarse a ejecutar tareas técnicas para asumir un papel más estratégico, orientado a la supervisión, la interpretación crítica y la toma de decisiones, tal como señala Salinas (2024, p. 39).

Concepto de narrativa visual

La narrativa visual se puede definir como una forma de comunicación que emplea imágenes y recursos gráficos para generar significados, permitiendo interpretar historias sin

necesidad de recurrir al texto escrito. De acuerdo con Lorenzet, Ramos y Souza (2021), este tipo de narrativa facilita la construcción de sentido mediante la interacción entre el espectador y la imagen, donde elementos como el color, la luz, el movimiento y los personajes funcionan como estructuras que permiten al receptor formular hipótesis, experimentar emociones y establecer relaciones simbólicas. En este sentido, la narrativa visual no solo transmite información, sino que se convierte en un proceso dialógico y cultural, capaz de generar experiencias interpretativas y emocionales diversas, en función del contexto y las vivencias del espectador.

Relación entre inteligencia artificial y narrativa visual

La interacción entre la inteligencia artificial y la narrativa visual constituye un área de investigación en desarrollo. La inteligencia artificial optimiza la producción de imágenes de alta calidad en un breve lapso de tiempo, lo que facilita la personalización gráfica y la creación de los mensajes (Ávalos Áviles, 2024, p. 7). Por otro lado, la narrativa visual requiere una coherencia tanto estética como cultural, lo que implica que la utilización de la inteligencia artificial debe estar orientada por criterios humanos que garanticen la autenticidad y la relevancia de los mensajes (Mancero Mosquera & Suárez Ramírez, 2023, p. XI).

Problematización crítica

Pese a que la inteligencia artificial brinda oportunidades sin precedentes en el ámbito de la creación visual, también implica riesgos que no deben ser desestimados. La utilización inapropiada de dichas tecnologías puede resultar en la uniformización estilística, la pérdida de autenticidad y la despersonalización de las marcas. Como indican Rodríguez y Díaz (2024, p. eB2), la transformación de los lenguajes visuales a través de algoritmos inteligentes requiere que los diseñadores y comunicadores asuman una función más relevante. En el contexto del Instituto de Postgrado de la UPSE, esto implica que la Inteligencia Artificial no debería reemplazar la

visión institucional, sino está siendo un sujeto complementario, guiado por principios éticos y comunicacionales que garantizan la consistencia con los valores académicos.

Integración digital y físico

En el Instituto de Postgrado de la UPSE, la narrativa visual integra de forma coherente los recursos digitales y físicos como parte de su estrategia comunicacional. En los entornos digitales, los materiales gráficos se orientan a captar la atención inmediata y a incentivar la interacción, mientras que en los soportes físicos como afiches, banners, stands y folletos cumplen la función de consolidar la identidad institucional mediante una presencia duradera en el espacio académico y social.

La literatura reciente sobre la incorporación de tecnologías digitales en el ámbito educativo indica que los estudiantes perciben su uso de forma positiva, ya que facilitan el aprendizaje y fomentan una mayor motivación y participación en el proceso formativo (Gauto Ruiz, 2023, p. 7330). Esto demuestra que la combinación de herramientas digitales y recursos físicos dentro de la comunicación institucional posibilita la construcción de una narrativa visual más integral, en la que la inteligencia artificial contribuye con dinamismo y eficiencia sin comprometer la coherencia ni la estética de la identidad institucional.

En ese sentido, el Instituto se comunica con un sistema visual híbrido en el que lo que se comunica en el mundo digital se extiende al mundo impreso y presencial. Esta estrategia extiende la comunicación institucional y garantiza que los diferentes públicos reciban y aprecien una narrativa visual consistente en todos los puntos de contacto.

2.3 Marco legal

Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)

En el contexto ecuatoriano, la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES, 2018) constituye el marco jurídico que regula la organización, funcionamiento y fines del sistema de educación superior. Según la LOES (2018), las instituciones de educación superior deben orientar su gestión hacia los principios de calidad, pertinencia, integralidad, igualdad de oportunidades y vinculación con la sociedad, garantizando una formación académica, científica y cultural que responda a las necesidades del país (art. 3). Asimismo, el artículo 107 establece que las universidades y escuelas politécnicas deben desarrollar procesos de docencia, investigación y vinculación con la colectividad, promoviendo la innovación, la transferencia tecnológica y la creación de conocimiento pertinente (LOES, 2018). La comunicación visual institucional, apoyada en herramientas emergentes como la inteligencia artificial y las narrativas visuales, se alinea con dichos principios al fortalecer la difusión del conocimiento, la identidad institucional y la proyección social de la universidad.

Lineamientos del CES y CACES

El Consejo de Educación Superior (CES) y el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES) han establecido lineamientos que influyen directamente en la manera en que las universidades construyen y proyectan su imagen institucional. Estos organismos demandan que las instituciones dispongan de mecanismos de comunicación claros, coherentes y alineados con su misión y visión. En este marco, el diseño gráfico, la fotografía institucional y el material visual, físico o digital, forman parte de las herramientas de gestión de

la calidad y acreditación, lo que refuerza la relevancia de estudiar cómo la inteligencia artificial y la narrativa visual pueden contribuir a dichos objetivos.

Políticas nacionales sobre acceso a TIC y brechas digitales

En el ámbito nacional también se han discutido políticas vinculadas al acceso a las tecnologías de la información y comunicación (TIC). El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publica periódicamente indicadores de acceso a internet y competencias digitales, que revelan las brechas aún existentes entre zonas urbanas y rurales (Censos, 2024). Estos datos constituyen un referente importante, ya que la desigualdad en el acceso a la tecnología limita la posibilidad de que estudiantes y profesionales incorporen la inteligencia artificial en la creación de narrativas visuales coherentes.

Normativa internacional y ética de la inteligencia artificial

La UNESCO (2021) aprobó la recomendación sobre la ética de la Inteligencia Artificial, que es el primer conjunto global para el desarrollo y uso responsable de la IA. Este código destaca que la IA debe estar al servicio de las personas y del planeta, con transparencia, justicia, responsabilidad y sin discriminación en su uso. Además, apoya la defensa de los derechos humanos, la inclusión social y el respeto a la diversidad cultural, condiciones para el progreso tecnológico ético y sostenible. En línea con ello, la Unión Europea ha llegado a crear leyes como el AI Act para regular el uso seguro y confiable de la inteligencia artificial, sirviendo como ejemplo para los países latinoamericanos que están en proceso de crear sus marcos legales (Parlamento Europeo, 2024).

Aplicación al Instituto de Postgrado de la UPSE

Finalmente, el marco legal internacional y nacional converge en la necesidad de promover un uso estratégico, crítico y ético de la tecnología en la educación superior. Para el Instituto de Postgrado de la UPSE, estas regulaciones constituyen una guía para fortalecer la narrativa visual en la fotografía y el material gráfico, garantizando que los productos comunicacionales no solo cumplan con fines estéticos o persuasivos, sino que también se ajusten a principios legales, éticos e institucionales que aseguren su coherencia con la misión universitaria y con los valores de la sociedad ecuatoriana.

Presupuestos e inversión en Inteligencia Artificial en el Ecuador

La innovación y la digitalización de los servicios públicos y privados proyecta la necesidad de fortalecer la inversión en infraestructura de telecomunicaciones, redes de datos y formación de talento humano especializado en tecnologías emergentes, reconociendo la relación directa entre el desarrollo tecnológico y la productividad nacional (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), 2016).

En ese marco, la inversión pública se ha dirigido a la modernización de la red de fibra óptica, la ampliación de la cobertura móvil y la implementación de políticas de gobierno hiperconectado, lo que ha creado una base para la adopción de soluciones de inteligencia artificial en el ámbito público. Sin embargo, la inversión directa en IA continúa siendo impulsada principalmente por el sector privado, especialmente en sectores como marketing digital, banca, salud y educación superior.

De acuerdo con las proyecciones más recientes, durante el 2024 la inversión en tecnologías digitales en Ecuador superó los 720 millones de dólares en publicidad digital y los 5.000 millones de dólares en comercio electrónico (Víctor Molina, 2025).

La política pública ecuatoriana ha permitido consolidar una base tecnológica sólida que facilita la adopción progresiva de la IA. Sin embargo, la falta de un plan presupuestario específico para su desarrollo limita su expansión en sectores prioritarios.

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

Esta investigación adopta un enfoque mixto, al integrar elementos de los paradigmas cuantitativo y cualitativo con el propósito de ofrecer una visión integral del fenómeno estudiado. El componente cuantitativo se centrará en la recolección y el análisis de datos numéricos obtenidos a través de encuestas dirigidas a estudiantes y personal vinculado al Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Estas encuestas permitirán medir el nivel de conocimiento, las percepciones y el uso que se hace de la inteligencia artificial (IA) en la creación de material gráfico y fotográfico institucional. Este enfoque facilitará la descripción de patrones, tendencias y posibles relaciones entre las variables consideradas en la investigación.

Por su parte, la parte cualitativa buscará comprender desde la mirada comprensiva y contextualizada el objeto de estudio, utilizando entrevistas semiestructuradas y grupos focales. Estas técnicas posibilitarán la recopilación de experiencias, opiniones y percepciones relacionadas con el uso de la inteligencia artificial en la narrativa visual, la fotografía y la producción gráfica institucional. Asimismo, permitirán comprender cómo la aplicación de estas herramientas influye en los procesos de creación de la comunicación visual y en la consolidación de la identidad institucional.

Según Hernández y Mendoza (2018), los métodos mixtos constituyen un enfoque de investigación que combina procedimientos sistemáticos y empíricos destinados a la recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos. Su propósito principal es ofrecer una comprensión más amplia y profunda del fenómeno estudiado, permitiendo generar explicaciones integrales que contemplen diferentes perspectivas y dimensiones de la realidad investigada.

La combinación de ambos enfoques facilita una aproximación más completa, robusta y enriquecedora, ya que permite no solo describir los fenómenos de manera objetiva y cuantificable, sino también interpretarlos desde la perspectiva de los participantes. De este modo, se fortalece la validez, la profundidad y la pertinencia académica y comunicacional del estudio, contribuyendo a una comprensión global del impacto de la inteligencia artificial en la producción visual institucional.

3.2 Tipo de investigación

La presente investigación se clasifica como de tipo cualitativo, dado que, además de identificar y detallar las características de las variables principales la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial y la narrativa visual presente en la fotografía y material gráfico institucional, busca determinar la relación existente entre ambas. Este enfoque permite analizar cómo el uso de la inteligencia artificial incide en la construcción estética y comunicacional de los productos gráficos del Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cualitativa tiene como propósito especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, procesos u objetos, lo que resulta fundamental para identificar y comprender las particularidades de los fenómenos estudiados en el ámbito de la comunicación visual. A su vez, en palabras de Sampieri (2018), los estudios correlacionales buscan conocer el grado de asociación entre dos o más variables dentro de un contexto específico, sin manipularlas de forma experimental.

Este enfoque, de naturaleza cualitativo, permite no solo determinar el estado actual del uso de la inteligencia artificial y de la narrativa visual en el ámbito académico, sino también examinar cómo estas variables se relacionan y afectan la comunicación institucional.

Este diseño cualitativo es adecuado, ya que permite conocer no solo cómo se encuentra el uso de la inteligencia artificial y la narrativa visual en la academia, sino también cómo se relacionan e impactan en la comunicación institucional.

3.3 Diseño de investigación

Se considera **no experimental**, dado que no se manipularán deliberadamente las variables de estudio. En este sentido, no se intervendrá en los procesos de construcción de la narrativa visual ni en el uso de herramientas de inteligencia artificial dentro del contexto institucional. Hernández et al. (2014) señalan que en este tipo de diseño las variables se observan tal y como ocurren en su contexto natural, sin manipulación intencional.

Del mismo modo, el diseño adoptado es de tipo transversal, dado que la recolección de datos se realizará en un único momento, correspondiente al período académico de estudio. De acuerdo con Kerlinger y Lee (2002), los diseños transversales permiten recopilar información en un solo punto temporal para describir y analizar la incidencia de los fenómenos dentro de un contexto específico.

Este diseño resulta pertinente porque posibilita describir y correlacionar las variables de investigación con base en datos actuales y concretos, brindando una panorámica clara del fenómeno en el contexto académico de la UPSE.

3.4 Alcance de la investigación

El presente estudio tiene un alcance **cualitativo**.

Se pretende describir cómo se influye la narrativa visual creada con IA y la narrativa visual en fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE. Según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), los estudios descriptivos definen

propiedades, características, perfiles de personas, grupos o fenómenos y logran una imagen precisa de la forma en que se encuentra en el momento determinado el objeto de estudio.

El alcance de la investigación es **cualitativo**, pues busca determinar la relación existente entre las dos variables planteadas. Su propósito no se limita únicamente a describir los fenómenos, sino que pretende establecer en qué medida el uso de la inteligencia artificial influye en los elementos estéticos, comunicacionales e identitarios de la narrativa visual institucional. Según Kerlinger y Lee (2002), la investigación busca encontrar relaciones entre variables para comprender cómo una afecta a la otra, sin manipularlas en un experimento.

Esto está en línea con el objetivo de la investigación, que es determinar cómo la narrativa visual creada con IA afecta la producción de fotografía y material gráfico institucional. Así, se puede describir el fenómeno y entender las relaciones que hay entre las dos variables en el entorno académico de la UPSE.

3.5 Operacionalización de las variables

Descripción de cómo se operacionalizarán y medirán las variables de estudio en este proyecto de investigación.

Tabla 2. Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	METODOLOGÍA
Narrativa visual de la inteligencia artificial (Variable independiente)	Uso de herramientas de IA en diseño y fotografía, que optimizan tiempos y amplían la creatividad, redefiniendo el rol del comunicador visual (Rodríguez & Díaz, 2024; Salinas, 2025).	Acceso y uso tecnológico	Nivel de conocimiento y frecuencia de uso de herramientas de IA	¿Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada?	Entrevista Encuesta Ficha de observación
		Producción y creatividad	Percepción de originalidad y rapidez en la producción	Desde su experiencia profesional, ¿de qué manera las herramientas de inteligencia artificial están transformando la creación y el desarrollo de la narrativa visual en fotografía y diseño gráfico?	

		Pertinencia ética y crítica	Riesgos percibidos en autoría, autenticidad e identidad institucional	¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?	
		Eficiencia en procesos	Grado en que la IA reduce tiempos y costos de producción	El uso de IA ha agilizado la producción de piezas visuales institucionales.	
		Innovación y tendencias	Incorporación de nuevas técnicas o estilos visuales generados por IA	¿Cuáles son los principales dilemas éticos o desafíos que surgen al incorporar inteligencia artificial en la creación visual, especialmente en cuanto a la autoría y	

				la autenticidad del producto final?	
Narrativa visual en fotografía y material gráfico (Variable dependiente)	Uso de recursos gráficos y fotográficos, tanto digitales como físicos, para transmitir mensajes y reforzar identidad institucional (Elementos gráficos, 2022; Narrativa visual de la fotografía en la publicidad de alimentos, 2023).	Estética	Calidad de los recursos gráficos (color, tipografía, composición)	¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?	Entrevista Encuesta Ficha de observación
		Comunicacional	Claridad y coherencia del mensaje visual	¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia	

				artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?	
		Impacto perceptivo	Influencia de los materiales en la percepción institucional	En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?	
		Funcionalidad institucional	Utilidad de los materiales para orientar, informar o guiar al público	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y	

		material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?	
	Coherencia multicanal	Nivel de consistencia de la narrativa visual en soportes físicos y digitales	¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?

3.6 Población, muestra y periodo de estudio

3.6.1. Población

La población de esta investigación está conformada por 43 sujetos, distribuidos entre 41 estudiantes matriculados y 2 miembros del personal del área de comunicación del Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Todos ellos están vinculados a la producción, uso o consumo de materiales gráficos y fotográficos institucionales. Según Arias et. al (2016), la población de estudio se entiende como un conjunto de casos claramente delimitado, finito y accesible, que sirve como marco de referencia para la selección de la muestra y que debe cumplir previamente con ciertos criterios establecidos.

3.6.2. Muestra

La muestra se seleccionará mediante un muestreo probabilístico estratificado, con el fin de incluir de manera proporcional a los distintos actores (estudiantes y personal administrativo). Este procedimiento es pertinente ya que, como señalan Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), los métodos de muestreo probabilístico permiten que cada elemento de la población tenga una probabilidad conocida de ser seleccionado, asegurando así la representatividad de los resultados. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, tal como lo recomiendan las prácticas estadísticas actuales (Etikan & Bala, 2021). En este estudio, se aplicarán encuestas a los 41 estudiantes y se realizarán entrevistas dirigidas a los 2 miembros del personal académico y administrativo previamente identificados por su vinculación directa con la elaboración o gestión del material gráfico institucional.

3.6.4. Periodo de estudio

El periodo de estudio comprenderá el ciclo académico Julio 2025 a Diciembre 2025, dentro del cual se aplicarán las encuestas y entrevistas, además del análisis de materiales gráficos y

fotográficos producidos en la institución. Este marco temporal permitirá obtener datos actualizados y contextualizados. De acuerdo con Saunders et al. (2020), la delimitación temporal es clave para situar los resultados en un escenario específico y asegurar la validez de las conclusiones.

3.7 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

La investigación empleará métodos mixtos de recolección de datos, tanto cuantitativos como cualitativos, para comprender el fenómeno desde diferentes perspectivas.

Primero, se dará una encuesta organizada a los estudiantes del Instituto de Postgrado de la UPSE. El instrumento será un cuestionario de tipo Likert y de opción cerrada para medir las opiniones sobre el acceso, uso y efectos de la IA en la narrativa visual, y para identificar los canales de comunicación institucional que los participantes conocen. De acuerdo con Saunders et al. (2020), la encuesta es un método adecuado para estudios descriptivos y correlacionales, porque permite obtener información uniforme de un grupo grande.

En segundo lugar, se realizarán entrevistas con el personal administrativo que se encarga de la comunicación de la institución. Estas entrevistas analizan qué significados se le dan a la narrativa visual y a la inteligencia artificial en las imágenes. Según Creswell y Creswell (2020) las entrevistas cualitativas permiten recolectar información que las encuestas cerradas no logran revelar.

Finalmente, se aplicará una ficha de observación estructurada para realizar un análisis de contenido de la fotografía y el material gráfico institucional producidos en diferentes redes sociales tales como: Instagram, Facebook y pagina web de la institución durante el periodo académico comprendido entre agosto de 2025 y enero de 2026. Este instrumento permitirá identificar y describir aspectos relacionados con la estética visual, la coherencia comunicacional y los

elementos identitarios presentes en los productos visuales generados por el Instituto de Postgrado. La observación es una técnica adecuada para este tipo de análisis, ya que permite hacer un registro sistemático de las propiedades formales y simbólicas de los materiales, las que dan evidencia empírica para hablar de su agencia en el contexto institucional. Según Krippendorff (2018), el análisis de contenido es una técnica versátil y sistemática para estudiar mensajes visuales y lo que representan en un contexto social y cultural.

El uso de estas técnicas e instrumentos asegura la triangulación metodológica y, por tanto, la validez de los resultados al combinar diferentes perspectivas y fuentes de información.

4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos de los respectivos instrumentos de recopilación de datos en forma cuantitativa y cualitativa.

4.1 Análisis cuantitativo: La encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas estructuradas a 41 estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026. Esta encuesta, diseñada bajo un enfoque cuantitativo dentro de un marco metodológico mixto, tuvo como propósito identificar los niveles de conocimiento, uso y percepción respecto a la integración de inteligencia artificial en la narrativa visual, particularmente en la elaboración de fotografía y material gráfico institucional.

Tabla 3. ¿Cuándo se registró en la maestría ofertada por el Instituto de Postgrado UPSE?

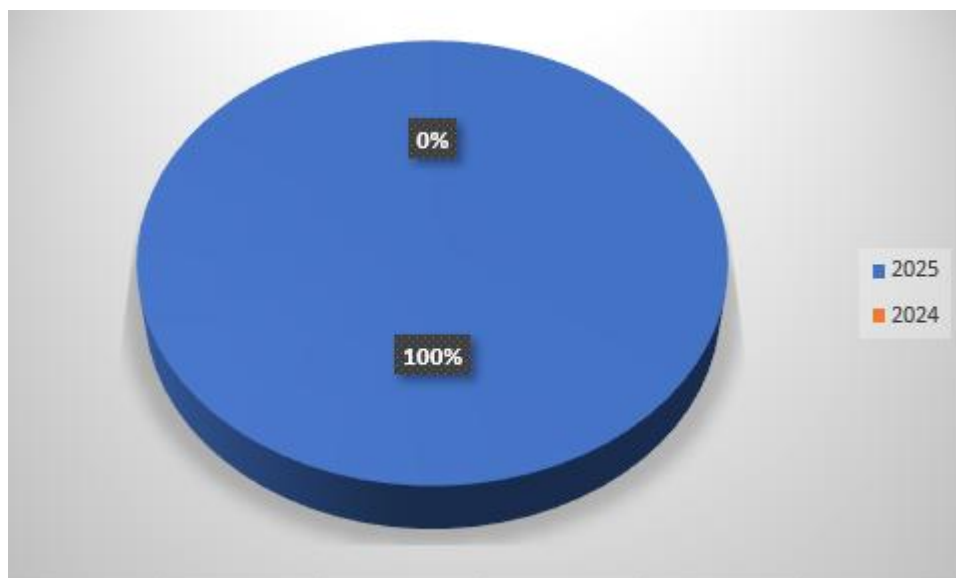
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2024 2	0	0%
2025 1	41	100%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Figura 1. ¿Cuándo se registró en la maestría ofertada por el Instituto de Postgrado UPSE?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

De acuerdo con los datos obtenidos a través de la siguiente pregunta, el 100% de los encuestados indicó haberse registrado en el periodo 2025-1, mientras que ninguno lo hizo en el periodo 2024-2. Esto indica que la totalidad de los participantes pertenece a la cohorte más reciente, correspondiente al ciclo académico agosto 2025 enero 2026, lo que aporta homogeneidad temporal a la muestra.

Tabla 4. ¿Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada?

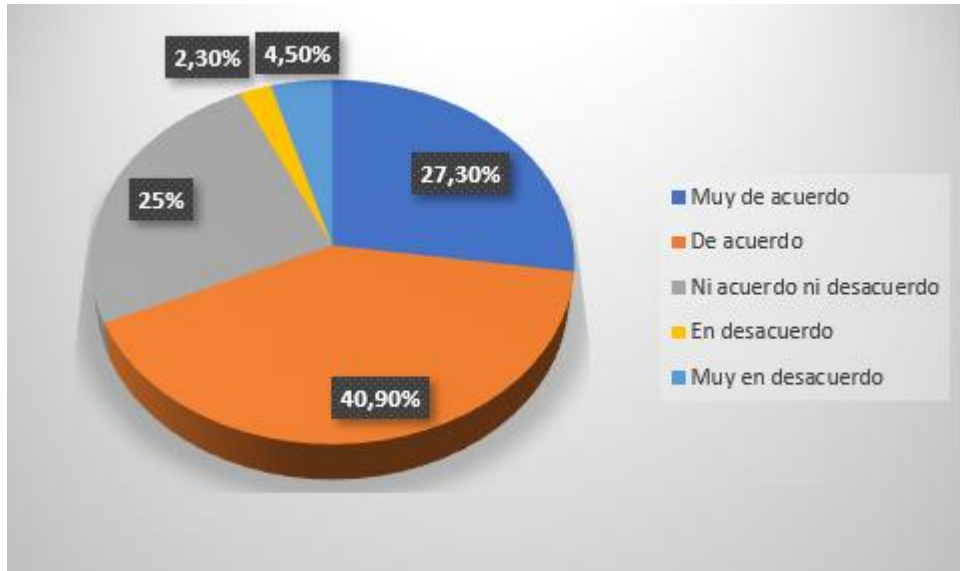
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	11	27,30%
De acuerdo	17	40,90%

Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	25%
En desacuerdo	1	2,30%
Muy en desacuerdo	2	4.50%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos **Fecha:** 21 de octubre de 2025

Figura 2. ¿Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos **Fecha:** 21 de octubre de 2025

De acuerdo con los datos obtenidos a través de la siguiente pregunta, el 68.2% de las personas indicó tener una valoración positiva, ya que el 40.9% señaló estar de acuerdo y el 27.3% totalmente de acuerdo. Por otro lado, el 25% de los encuestados se posicionó en un punto neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 2.3% expresó estar en desacuerdo y un 4.5% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 5. *¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?*

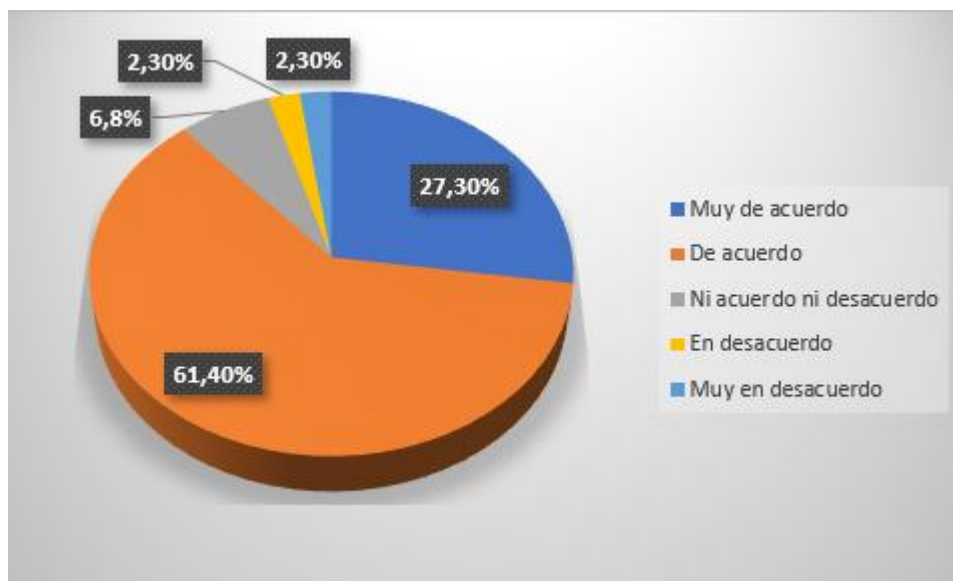
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	11	27,30%
De acuerdo	25	61,40%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6.80%
En desacuerdo	1	2,30%
Muy en desacuerdo	1	2,30%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Figura 3. ¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Con relación a la interrogante presentada en la encuesta dirigida a los estudiantes de postgrado, ¿El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?, los resultados reflejan que el 61,40% estuvo de acuerdo, el 27,30% muy de acuerdo, el 6,8% ni acuerdo ni desacuerdo, el 2,3% en desacuerdo y el 2,3% muy en desacuerdo.

Tabla 6. ¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fotografías institucionales	7	18,2%
Afiches o banners informativos	16	38,6%

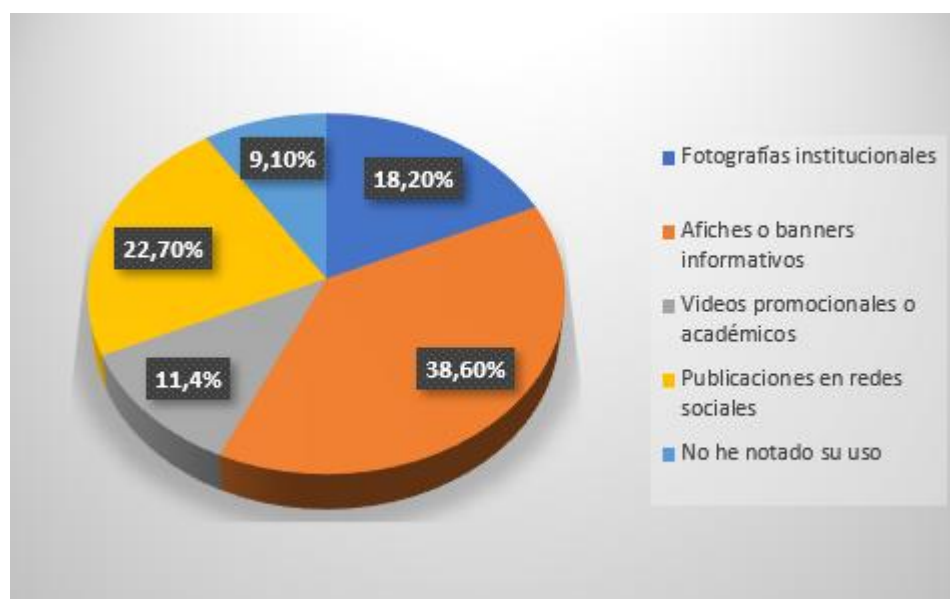
Videos promocionales o académicos	5	11,4%
Publicaciones en redes sociales	9	22,7%
No he notado su uso	4	9,1%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Figura 4. ¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Los resultados evidencian que los afiches o banners informativos son el recurso comunicacional institucional más reconocido por los estudiantes, con un 38.6% de las respuestas.

Le siguen las publicaciones en redes sociales con un 22.7%, y las fotografías institucionales con un 18.2%. Por otro lado, los videos promocionales o académicos fueron identificados por un 11.4%, mientras que un 9.1% de los encuestados señaló que no ha notado el uso de ningún recurso visual por parte de la institución.

Los datos muestran que los elementos gráficos impresos y digitales más estáticos, como afiches y publicaciones, tienen más visibilidad que los contenidos audiovisuales. Esto puede dar información útil para mejorar las estrategias de comunicación institucional.

Tabla 7. *¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?*

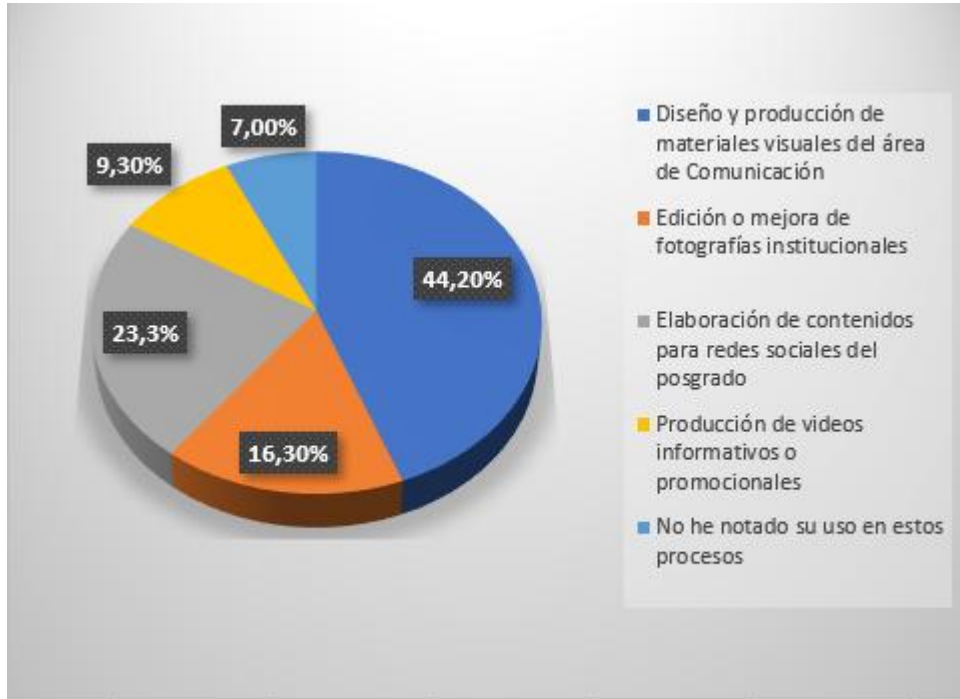
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseño y producción de materiales visuales del área de Comunicación	18	44,2%
Edición o mejora de fotografías institucionales	7	16,3%
Elaboración de contenidos para redes sociales del posgrado	10	23,3%
Producción de videos informativos o promocionales	4	9,3%
No he notado su uso en estos procesos	3	7%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Figura 5. ¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Los resultados obtenidos indican que el 44.2% de los encuestados identifican a la inteligencia artificial como una herramienta aplicada principalmente en el diseño y producción de materiales visuales elaborados por el área de Comunicación. Le sigue la elaboración de contenidos para redes sociales del posgrado, reconocida por el 23.3% de los participantes. La edición o mejora de fotografías institucionales representa un 16.3%, mientras que la producción de videos

informativos o promocionales fue señalada por el 9.3%. Por último, un 7% manifestó no haber notado el uso de inteligencia artificial en ninguno de estos procesos comunicacionales.

Los resultados evidencian una mayor percepción del uso de herramientas basadas en IA en tareas visuales más frecuentes o visibles dentro del entorno institucional, especialmente en el diseño gráfico y la gestión de redes sociales. La baja identificación de su uso en video o fotografía sugiere oportunidades de mejora en la visibilidad o comunicación interna sobre estas aplicaciones.

Tabla 8. En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?

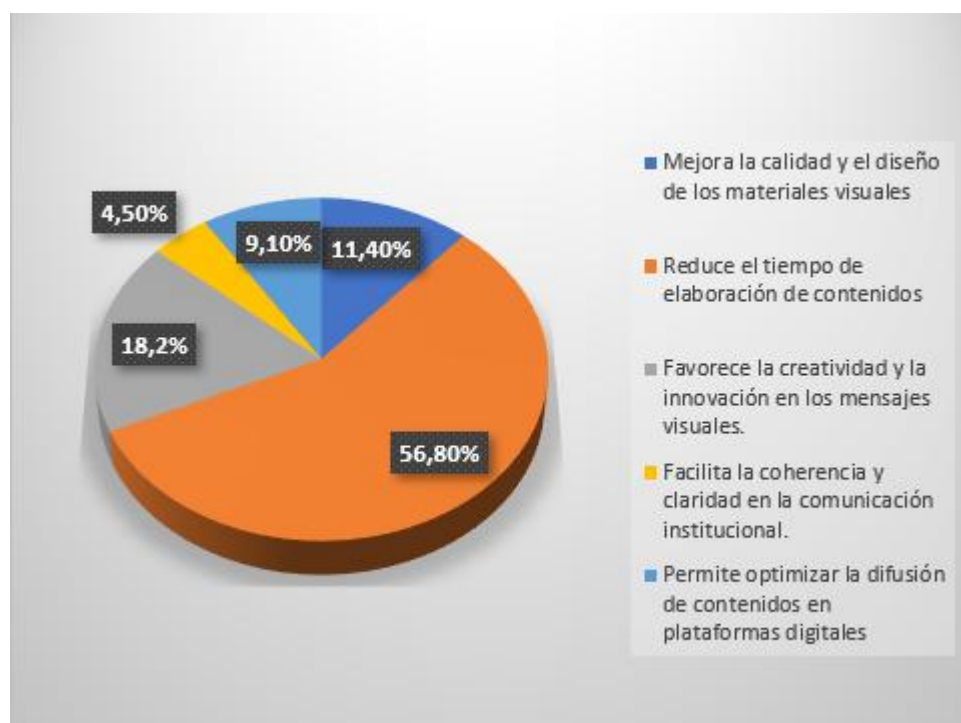
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora la calidad y el diseño de los materiales visuales	5	11,4%
Reduce el tiempo de elaboración de contenidos	23	56,8%
Favorece la creatividad y la innovación en los mensajes visuales.	7	18,2%
Facilita la coherencia y claridad en la comunicación institucional.	2	4,5%
Permite optimizar la difusión de contenidos en plataformas digitales	4	9,1%
TOTAL	41	100%

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

Figura 6. En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?



Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 21 de octubre de 2025

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de los encuestados considera que el principal beneficio del uso de inteligencia artificial en la narrativa visual institucional es la reducción del tiempo de elaboración de contenidos, opción seleccionada por el 56.8% de los participantes. En segundo lugar, un 18.2% señaló que favorece la creatividad y la innovación en los mensajes visuales, seguido por un 11.4% que percibe que la IA mejora la calidad y el diseño de los materiales visuales. En menor medida, un 9.1% indicó que la inteligencia artificial permite

optimizar la difusión de contenidos en plataformas digitales, mientras que solo un 4.5% considera que facilita la coherencia y claridad en la comunicación institucional.

Los resultados revelan que la percepción de la IA se asocia principalmente con una visión funcional, de eficiencia en los procesos de comunicación, pero también hay aportes en creatividad y diseño.

4.2 Análisis cualitativo: La entrevista

Como segundo instrumento de investigación, se aplicó una guía de entrevista dirigida a personal administrativo responsables de comunicación institucional. El objetivo de estas entrevistas fue profundizar en los significados atribuidos a la narrativa visual y a la incorporación de la inteligencia artificial en la elaboración de materiales gráficos institucionales.

Los participantes de las entrevistas fueron la Lic. Luisa María Macías, Mgtr., y el Lic. César Teodoro Arízaga Sellán, Mgtr., quienes desde su experiencia profesional hablaron sobre el uso estratégico de la inteligencia artificial y la narrativa visual en la educación superior.

Los datos cualitativos obtenidos en las entrevistas enriquecen los resultados cuantitativos, ofreciendo una mirada interpretativa que profundiza en el análisis general.

Entrevistado 1

Tabla 9. Entrevista a Lic. César Teodoro Arizaga Sellan, Mgtr.

Apellidos y nombres:	César Teodoro Arízaga Sellán		
Cargo:	Personal administrativo vinculado a la producción visual		
Especialidad:	Comunicación institucional y diseño gráfico		
Entrevistador:	Danny Santos		
Fecha:	20 de octubre del 2025		
Variable	Pregunta	Respuesta	Observación

Narrativa visual de la inteligencia artificial	¿De qué manera las herramientas de inteligencia artificial están transformando la creación y el desarrollo de la narrativa visual en fotografía y diseño gráfico?	Considero que sí, pues las herramientas de IA permiten la creación ágil y versátil en diseño y fotografía, generando así nuevos conceptos y estilos visuales.	Destaca la innovación y flexibilidad que aporta la IA a la producción visual.
	¿Cuáles son los principales dilemas éticos o desafíos que surgen al incorporar IA en la creación visual, especialmente en cuanto a autoría y autenticidad del producto final?	Es difícil determinar la autoría de un producto gráfico: por un lado, está quien desarrolla el <i>prompt</i> , y por otro, la herramienta de IA que ejecuta la acción. Es imprescindible evitar el uso indebido de contenidos como la apropiación de estilos, imágenes o rostros sin consentimiento, y más aún, la manipulación visual con fines engañosos.	Resalta preocupaciones éticas clave como la autoría, autenticidad y uso indebido de la IA.
Narrativa visual en fotografía y material gráfico	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?	Presenta productos con fines informativos y académicos, orientados al posicionamiento institucional. El uso de IA se limita a complementar y referenciar el contenido visual.	Se reconoce un enfoque funcional y estratégico en la narrativa visual, con uso controlado de IA.
	¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?	Ha sido únicamente para generar referencia de lo que se desea comunicar. Considero que ha dado buenos resultados.	Aunque limitado, el uso de IA ha sido efectivo para apoyar la claridad de los mensajes visuales.
	Desde su perspectiva, ¿qué impacto ha tenido la integración de la inteligencia artificial en la percepción pública y en la imagen institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE?	El impacto ha sido positivo. Sin embargo, el uso de estos productos no ha sido prioridad, sino únicamente un recurso de apoyo.	La IA mejora la percepción institucional, pero aún no se implementa como eje central en la estrategia visual.

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 20 de octubre de 2025

Entrevista 2:

Tabla 10. Entrevista a Lic. Luisa María Macías, Mgtr.

Apellidos y nombres:		Luisa María Macías	
Cargo:		Personal administrativo vinculado a la producción visual	
Especialidad:		Comunicación institucional y diseño gráfico	
Entrevistador:		Danny Santos	
Fecha:		20 de octubre de 2025	
Variable	Pregunta	Respuesta	Observación
Narrativa visual de la inteligencia artificial	¿De qué manera las herramientas de inteligencia artificial están transformando la creación y el desarrollo de la narrativa visual en fotografía y diseño gráfico?	Los procesos visuales se han transformado significativamente gracias a la IA. Antes, todo dependía de la intuición del diseñador; ahora se amplían las posibilidades creativas con soluciones automatizadas (corrección de color, generación de imágenes, análisis de tendencias, etc.). Además, la IA permite optimizar tiempos y personalizar contenidos, pero también inaugura una nueva narrativa donde las imágenes interpretan emociones y situaciones, generando historias más flexibles.	Se destaca un cambio profundo en el proceso creativo visual gracias a la IA, tanto técnico como narrativo.
	¿Cuáles son los principales dilemas éticos o desafíos que surgen al incorporar IA en la creación visual, especialmente en cuanto a autoría y autenticidad del producto final?	La frontera entre lo creado por humanos y por algoritmos se vuelve difusa. Esto genera dudas sobre la verdadera autoría. Además, existe el riesgo de reproducir sesgos culturales o estandarizar estilos visuales. En contextos académicos, la IA debe utilizarse como apoyo, no como sustituto, manteniendo la creatividad del diseñador como base esencial para comunicar.	Señala riesgos éticos sobre la autoría, la pérdida de originalidad y la necesidad de un uso complementario.
	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?	La narrativa visual del Instituto se basa en la coherencia institucional, profesionalismo y enfoque académico. Se utilizan tipografías refinadas, composición equilibrada y una paleta cromática pulcra. La fotografía institucional destaca a las personas, reforzando una historia centrada en el conocimiento y la formación profesional. En conjunto, proyecta una identidad visual sólida alineada con la misión y visión institucional.	Se refleja una identidad visual definida, coherente con los valores institucionales de la UPSE.
Narrativa visual en fotografía y material gráfico			

¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?	Las herramientas de IA han mejorado técnicamente los materiales visuales, especialmente en estandarización y calidad. Sin embargo, la coherencia comunicativa sigue dependiendo de la dirección creativa humana. En el Instituto, la IA se ha integrado éticamente, sin reemplazar la creatividad del diseñador, quien continúa siendo clave para comunicar los valores institucionales de manera visualmente poderosa.	La IA se percibe como un complemento técnico, no como un sustituto del pensamiento creativo del diseñador.
Desde su perspectiva, ¿qué impacto ha tenido la integración de la inteligencia artificial en la percepción pública y en la imagen institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE?	La implementación de IA ha renovado la imagen del Instituto, proyectándolo como una institución innovadora y actualizada. No obstante, este avance ha sido posible gracias al enfoque estratégico del equipo humano, que ha logrado mantener la identidad institucional. La IA es vista como una herramienta para reforzar la imagen, sin perder el carácter humano ni académico.	El uso de IA refuerza una imagen moderna sin comprometer la identidad institucional ni la esencia académica.

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 20 de octubre de 2025

Tabla 11. Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre las narrativas transmedia y comunicación política

Variable	Pregunta	Respuesta Representativa (integrada)	Observaciones / Triangulación	Análisis Teórico
Narrativa visual de la inteligencia artificial	¿De qué manera las herramientas de inteligencia artificial están transformando la creación y el desarrollo de la narrativa visual en fotografía y diseño gráfico?	La IA ha transformado la creación visual, ampliando posibilidades creativas y optimizando tiempos mediante soluciones automatizadas, generando nuevos estilos y una narrativa visual más flexible y versátil.	Ambas respuestas coinciden en que la IA ha transformado significativamente el proceso creativo, aportando innovación, flexibilidad y optimización de tiempos.	La transformación que la IA genera en la narrativa visual se puede entender desde la perspectiva de Manovich (2019), quien señala que las tecnologías digitales redefinen las prácticas creativas, ampliando las posibilidades expresivas y automatizando procesos que antes eran manuales.
Narrativa visual de la inteligencia artificial	¿Cuáles son los principales dilemas éticos o desafíos que surgen al incorporar IA en la creación visual, especialmente en cuanto a autoría y autenticidad del producto final?	La autoría se vuelve difusa entre humanos y algoritmos, generando riesgos éticos como la apropiación indebida y sesgos culturales, por lo que la IA debe usarse como apoyo que preserve la creatividad humana y la ética.	Ambas respuestas coinciden en la complejidad de la autoría y los riesgos éticos asociados al uso de IA en creación visual, resaltando la necesidad de regulación y ética en su aplicación.	Los retos éticos asociados a la autoría y autenticidad encuentran respaldo en la teoría de Barthes (1986) sobre la muerte del autor y la multiplicidad de significados, mientras que los riesgos de apropiación y sesgos culturales son abordados en los estudios de Floridi (2014) sobre ética digital, que enfatizan la necesidad de responsabilidad en la creación con inteligencia artificial.
Narrativa visual en fotografía y material gráfico	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?	La narrativa visual del Instituto es coherente y profesional, destacando identidad institucional a través de elementos visuales cuidados; la IA se usa de forma complementaria para apoyar y referenciar el contenido.	Ambas respuestas muestran una visión complementaria: Macías una más detallada y estética, y Arízaga otra más funcional. Coinciden en la identidad institucional fuerte y el uso moderado de IA.	La coherencia y profesionalismo en la narrativa visual institucional reflejan los principios de Eco (1984) sobre la semiótica de la imagen y la importancia de los signos visuales para comunicar identidad, así como las ideas de Santaella (2012) sobre el papel de la mediación tecnológica en la comunicación visual institucional.

Variable	Pregunta	Respuesta Representativa (integrada)	Observaciones / Triangulación	Análisis Teórico
Narrativa visual en fotografía y material gráfico	¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?	La IA mejora la calidad técnica y estandarización de los materiales, pero la coherencia y expresividad siguen dependiendo principalmente de la creatividad humana.	Las respuestas coinciden en que la IA es un soporte que mejora aspectos técnicos y de producción, pero la creatividad y coherencia siguen a cargo del equipo humano.	El uso complementario de IA para mejorar aspectos técnicos coincide con la idea de McLuhan (1964) de los medios como extensiones del ser humano, donde la tecnología amplifica, pero no reemplaza la creatividad humana. Asimismo, los conceptos de Kress y van Leeuwen (2006) sobre gramática visual sustentan la importancia de la dirección humana para mantener coherencia comunicativa.
Narrativa visual en fotografía y material gráfico	¿Qué impacto ha tenido la integración de la inteligencia artificial en la percepción pública y en la imagen institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE?	La IA ha renovado la imagen del Instituto, proyectándolo como innovador, pero siempre apoyada por la estrategia humana que mantiene la identidad y esencia académica.	Ambas respuestas coinciden en que la IA mejora la percepción pública, pero enfatizan que la identidad institucional se mantiene por el trabajo humano y el enfoque estratégico.	La renovación de la imagen institucional mediante IA conecta con las teorías de Baudrillard (1994) sobre simulacro e hiperrealidad, donde la tecnología crea una imagen que puede ser más atractiva y actualizada, siempre que la esencia real (identidad institucional) se preserve, como plantea Jenkins (2006) al hablar de la cultura participativa y la gestión estratégica de la imagen en medios digitales.

Fuente: Estudiantes del Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), durante el ciclo académico agosto 2025 - enero 2026.

Elaborado por: Danny Santos

Fecha: 20 de octubre de 2025

4.3 Análisis cualitativo: Análisis de contenido

El presente análisis cualitativo se centra en la interpretación de los datos obtenidos mediante la ficha de observación aplicada al material gráfico institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE. La ficha, organizada en formato Sí/No, permitió identificar la presencia o ausencia de elementos visuales y comunicacionales relacionados con la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la narrativa visual de los materiales evaluados.

Variable VI: Narrativa visual de la inteligencia artificial

Cuando se revisaron los ítems relacionados con la narrativa visual creada con IA, se encontró que la mayoría de los materiales revisados sí que incorporan de manera notable elementos propios de la IA. En concreto:

- La incorporación de elementos visuales creados con IA se evidenció de manera homogénea en la mayoría de los ítems analizados, lo que revela un uso premeditado en los materiales institucionales.
- Solo un elemento careció de marcadores de IA, lo que revela que, a pesar de su extensión, aún existen casos aislados donde la narrativa visual se crea únicamente con métodos tradicionales.
- Se encontraron patrones estéticos compartidos, como coherencia cromática, equilibrio compositivo y uniformidad entre elementos gráficos y textuales, demostrando dominio sobre la estética y la identidad visual corporativa.

Es evidente que la IA no solo sirve para aspectos técnicos, sino que también ayuda a dar coherencia y fuerza visual a los contenidos institucionales.

Variable VD: Fotografía y material gráfico

Respecto a la narrativa visual en la fotografía y otros materiales gráficos institucionales:

- La mayoría de los ítems evaluados obtuvieron un “Sí”, evidenciando que las imágenes y gráficos presentan coherencia estética y narrativa, resultado de la integración de IA en su diseño.
- Algunos elementos con "No" se refieren a materiales más antiguos o hechos sin ayuda de la IA, lo que muestra una falta de consistencia en el uso de la IA, pero sin cambiar la forma en que se ve la identidad visual.
- Hay un equilibrio entre la creatividad humana y la automatización, por lo que la IA es una herramienta que complementa y mejora la claridad y el impacto visual de los materiales analizados.

En resumen, los datos indican que usar inteligencia artificial en el material gráfico institucional ayuda a mejorar la calidad, coherencia y apariencia de los contenidos, fortaleciendo la identidad visual y la narrativa del Instituto de Postgrado de la UPSE.

5 Discusión

5.1 Discusión de encuestas

En la actualidad, el uso de inteligencia artificial (IA) en la comunicación visual institucional se posiciona como una herramienta estratégica para optimizar procesos y mejorar la calidad del mensaje visual. Este estudio se centró en analizar la percepción

de los estudiantes de la maestría del Instituto de Postgrado UPSE sobre la incorporación de la IA en el área de comunicación, mediante encuestas aplicadas a la cohorte más reciente (2025-1).

Los datos cuantitativos muestran una opinión mayoritariamente favorable hacia el uso de imágenes generadas por IA, ya que el 68.2% estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo en que las imágenes generadas por IA tienen una composición visual coherente y equilibrada. Este dato demuestra que la mayoría está de acuerdo en que los materiales visuales generados por IA son estéticamente buenos, lo cual coincide con la visión de Manovich (2019) sobre cómo las tecnologías digitales abren posibilidades expresivas en el diseño. La opinión favorable de los encuestados demuestra que la IA no solo satisface una necesidad técnica, sino que también refuerza la identidad visual del Instituto, creando materiales atractivos, coherentes y estéticos. Esto hace que la comunicación institucional transmita profesionalismo y seriedad, reforzando la idea de calidad en la narrativa visual.

En cuanto a la introducción de nuevas formas creativas de diseño y expresión visual mediante la IA, el 88.7% de los participantes estuvo de acuerdo o muy de acuerdo en que esta herramienta ha generado innovaciones en la comunicación visual del Instituto. Esto indica que la IA es percibida no solo como un recurso técnico, sino también como un facilitador para la creatividad, respaldando la idea de McLuhan (1964) sobre la tecnología como extensión de la creatividad humana. El alto porcentaje de acuerdo evidencia que la IA potencia la experimentación y la innovación dentro de los procesos creativos, permitiendo al equipo visual explorar nuevas tendencias y estilos sin comprometer la coherencia institucional. Esto refuerza la capacidad de la institución para diferenciarse visualmente y proyectar una imagen moderna y dinámica ante su público.

Sobre los materiales donde perciben que se usa IA, el 38.6% identificó sobre todo afiches/banners informativos, pero también publicaciones en redes sociales (22.7%) y fotografías institucionales (18.2%). Sobre los videos promocionales y educativos, en cambio, son menos reconocidos (11.4%), lo que abre la puerta a fortalecer la producción de material audiovisual que amplíe su alcance y efectividad comunicativa. La saturación de IA en afiches, banners y redes sociales nos muestra que la IA se está aplicando en soportes de alto impacto visual y alcance, para mejorar la comunicación de mensajes. Esto prueba que la IA ya apoya a fortalecer la identidad corporativa en medios con mayor alcance.

Sobre los procesos comunicacionales en que se usa la IA, un 44.2% lo mencionó para el diseño y creación de materiales visuales y un 23.3% para generar contenido para redes sociales.

La baja identificación de la IA en la edición de fotografías y producción de videos (16,3 % y 9,3 %, respectivamente) sugiere la necesidad de mejorar la comunicación interna y visibilizar estas aplicaciones dentro de la institución. El predominio de la IA en la producción de materiales visuales refleja su efectividad para agilizar tareas que requieren precisión y coherencia. Incluso en áreas con menor reconocimiento, la tecnología representa un recurso con gran potencial de expansión, evidenciando oportunidades futuras para innovar en otros formatos y fortalecer aún más la narrativa visual institucional.

Finalmente, en cuanto a los beneficios percibidos, la mayoría (56.8%) considera que la principal ventaja de la IA es la reducción del tiempo en la elaboración de contenidos, seguido por la promoción de la creatividad e innovación (18.2%) y la mejora en la calidad del diseño visual (11.4%). Estos resultados reflejan una percepción

funcional, donde se valora principalmente la eficiencia, pero también se reconoce el aporte creativo que la IA puede ofrecer, tal como señala Floridi (2014) en su enfoque sobre ética y responsabilidad digital. La percepción de que la IA optimiza el tiempo de producción resalta su valor como herramienta estratégica para aumentar la productividad del equipo de comunicación. Al mismo tiempo, la valoración del aporte creativo indica que los usuarios ven en la IA un aliado que permite explorar nuevas ideas y soluciones visuales, consolidando una narrativa institucional más innovadora y atractiva.

En conclusión, los hallazgos muestran que la inteligencia artificial es valorada como un recurso significativo para la comunicación visual institucional en el Instituto de Postgrado de la UPSE, contribuyendo a optimizar la eficiencia, la creatividad y la calidad de los materiales visuales. No obstante, persisten oportunidades para expandir su aplicación en formatos audiovisuales y para mejorar la visibilidad interna de sus usos, con el objetivo de lograr una integración más estratégica y consistente de estas tecnologías.

5.2 Discusión de entrevistas

Los datos obtenidos en las entrevistas indican que la inteligencia artificial (IA) ha tenido una incidencia significativa en la narrativa visual del Instituto de Postgrado de la UPSE, transformando los procesos de creación y mejorando la calidad técnica de la fotografía y el material gráfico institucional. Los expertos en comunicación visual y diseño gráfico coinciden en que la IA amplía las posibilidades creativas al ofrecer soluciones automatizadas que agilizan los procesos técnicos, permiten generar propuestas visuales más versátiles y personalizadas, y optimizan recursos, ofreciendo resultados estéticamente más coherentes y funcionales. La IA actúa como un agente de innovación que redefine los lenguajes visuales, modificando el rol del diseñador, quien

asume una función más estratégica como director creativo y supervisor del proceso tecnológico. Este enfoque coincide con lo planteado por Manovich (2019), quien sostiene que las tecnologías digitales redefinen las prácticas creativas al ampliar las posibilidades expresivas y automatizar procesos antes manuales. Así, la IA actúa como un agente transformador en los lenguajes visuales y modifica el rol del diseñador, quien ahora debe supervisar y dirigir la contribución de estas tecnologías.

Pero los expertos advierten que, más allá de la eficiencia operativa que la IA pueda aportar, la supervisión y el control humano siguen siendo necesarios para garantizar la coherencia, la autenticidad y la fidelidad a la marca. Pero recalca que la creatividad y la mirada crítica del diseñador son lo que aún otorga significado a las cosas visuales. Este idea coincide con lo mencionado de McLuhan (1964) quien plantea que los medios tecnológicos actúan como extensiones del ser humano y no como sustitutos de su capacidad limitada creativa.

En lo que respecta a los retos éticos, se destaca la necesidad de establecer límites precisos sobre la autoría y la autenticidad de los contenidos generados mediante IA. La dificultad de establecer la propiedad intelectual de estos materiales y la posibilidad de reproducir sesgos o manipular imágenes de forma fraudulenta son una preocupación constante. Esta perspectiva se alinea con las ideas de Barthes (1986) sobre la complejidad del concepto de autor y con Floridi (2014), en cuanto a la necesidad de una ética digital de responsabilidad y transparencia en el uso de tecnologías inteligentes

Respecto a la narrativa visual institucional, se observa que la IA ha sido incorporada de manera gradual pero efectiva, contribuyendo a la mejora técnica de las piezas gráficas y al fortalecimiento de la coherencia visual. Los materiales producidos

mantienen un equilibrio entre innovación tecnológica y consistencia estética, reforzando la identidad institucional y proyectando una imagen académica sólida. Este equilibrio responde a lo expuesto por Eco (1984) y Santaella (2012), quienes destacan la importancia de los signos visuales coherentes y del papel mediador de la tecnología en la comunicación institucional. La inteligencia artificial funciona como un apoyo técnico y creativo que refuerza la coherencia de los productos gráficos, garantizando la profesionalidad y el enfoque académico en cada material, mientras los especialistas supervisan y orientan la propuesta visual. Los expertos coinciden en que la incorporación de la IA ha influido positivamente en la percepción pública del Instituto, proyectándolo como una institución innovadora y actualizada, sin comprometer su esencia humana y académica. No obstante, advierten que estas herramientas deben utilizarse bajo una gestión crítica y responsable, para evitar la homogeneización estética o la pérdida de originalidad en la narrativa visual. Estas observaciones se alinean con las ideas de Jenkins (2006) y Baudrillard (1994), quienes destacan la importancia de preservar la autenticidad y gestionar estratégicamente la imagen en entornos mediáticos digitalizados.

El debate muestra que la IA puede mejorar la producción visual y apoyar la creatividad en entornos institucionales, siempre y cuando su aplicación esté acompañada de una supervisión humana consciente, ética y preocupada por conservar la coherencia comunicativa y la marca institucional.

5.3 Discusión de análisis de contenido

Los resultados obtenidos mediante la ficha de observación “Sí/No” permiten identificar patrones claros en la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la narrativa visual y el material gráfico institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE ciclo académico agosto 2025 enero 2026. La mayoría de los ítems evaluados evidencian

la presencia de elementos generados mediante IA, lo que indica que la institución ha integrado esta tecnología de manera consistente en la construcción de su narrativa visual. La coherencia cromática, el equilibrio en la composición y la armonía de los elementos gráficos y textuales reflejan un uso estratégico de la IA para fortalecer la identidad visual institucional, lo que coincide con estudios previos que señalan que la inteligencia artificial potencia la creatividad y la calidad estética en el diseño gráfico institucional (Cardoso et al., 2025).

El único ítem que no presentó indicios de uso de inteligencia artificial puede considerarse un caso particular de material elaborado mediante métodos tradicionales, lo que indica que, aunque la adopción tecnológica es mayoritaria, todavía existen contenidos desarrollados sin asistencia digital. Esta excepción, sin embargo, no afecta de manera significativa la percepción general de coherencia y calidad visual en los materiales analizados. En lo que respecta a la fotografía y otros recursos gráficos, los resultados muestran que la mayoría de los ítems evidencian la aplicación de IA, lo que sugiere que esta tecnología se utiliza no solo como un soporte técnico, sino también como un instrumento que potencia la calidad, coherencia y claridad visual de los contenidos. Los pocos ítems marcados como “No” corresponden principalmente a materiales más antiguos o realizados sin apoyo tecnológico, reflejando así cierta variabilidad en la adopción de la IA. No obstante, la predominancia de los ítems con “Sí” confirma que la integración tecnológica está consolidada en gran parte del material institucional, contribuyendo al fortalecimiento de la narrativa visual y a la percepción estética de los productos.

En general, los resultados indican que la IA apoya la generación de imágenes, mejorando la narrativa visual y la estética. La tendencia indica que la institución ha aplicado la IA de manera premeditada, incorporando la tecnología a la imagen y

comunicación de la UPSE. Estos hallazgos, en comparación con estudios anteriores, confirman que la inteligencia artificial puede ser una herramienta para mejorar la calidad y consistencia de los materiales gráficos. No reemplaza la creatividad humana, sino que la apoya, lo que refuerza la impresión de profesionalismo y coherencia en la comunicación institucional.

6 CONCLUSIONES

La investigación permitió determinar que la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial (IA) incide positivamente en la fotografía y el material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE. Los resultados de las encuestas indican que los maestrantes perciben la IA como una herramienta que mejora la calidad estética, potencia la creatividad y optimiza los procesos de producción visual, especialmente en afiches, banners y publicaciones en redes sociales. No obstante, se observó un uso todavía limitado en materiales audiovisuales, lo que representa una oportunidad para ampliar su aplicación y visibilidad dentro de la institución.

Por su parte, las entrevistas con especialistas en comunicación visual y diseño gráfico confirmaron que la IA transforma las prácticas creativas y técnicas, incrementando las posibilidades expresivas y la eficiencia en los tiempos de producción. Aun así, los expertos subrayaron que la dirección y supervisión humanas continúan siendo esenciales para garantizar la coherencia, la autenticidad y la alineación con la identidad institucional, así como para afrontar desafíos éticos relacionados con la autoría y los posibles sesgos en los contenidos generados.

El análisis de contenido realizado mediante la ficha de observación tipo “Sí/No” confirmó que gran parte del material institucional incorpora elementos generados con IA, evidenciando una integración estratégica de esta tecnología en la narrativa visual. Los resultados indican que la IA funciona como un recurso complementario que refuerza la coherencia estética, la armonía visual y la profesionalidad de los contenidos, sin reemplazar la creatividad humana.

Los tres instrumentos de recolección de datos permitieron concluir que la inteligencia artificial contribuye de manera significativa a la optimización, innovación y consistencia de la comunicación visual institucional, fortaleciendo la identidad y la percepción profesional del Instituto de Postgrado de la UPSE. Aunque la investigación se llevó a cabo con una muestra específica y en un periodo determinado, los hallazgos ofrecen evidencia sólida sobre la influencia de la IA en la narrativa visual institucional y constituyen una base confiable para estudios futuros que amplíen la muestra y analicen otros tipos de materiales.

En conclusión, la integración de la inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE se configura como una herramienta valiosa que potencia la creatividad, mejora la calidad estética y optimiza los procesos de producción de contenidos, al mismo tiempo que resalta la necesidad de supervisión humana para asegurar coherencia, autenticidad y responsabilidad ética en su uso.

7 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el Instituto de Postgrado de la UPSE explore la incorporación de inteligencia artificial en videos promocionales y académicos, ya que los resultados de las encuestas indican que estos formatos aún tienen un uso limitado de IA. Esto permitiría diversificar los canales de comunicación y fortalecer el alcance y la efectividad del mensaje institucional.
- Se sugiere desarrollar estrategias de difusión interna que informen al personal y a los estudiantes sobre las aplicaciones de la IA en la producción de materiales visuales. Esto contribuiría a mejorar la percepción y el conocimiento sobre el impacto de estas herramientas en la narrativa visual del instituto.
- A pesar de los beneficios de la IA, las entrevistas con especialistas resaltan la importancia de la dirección creativa humana para garantizar coherencia, autenticidad y alineación con la identidad institucional. Se recomienda que los diseñadores y comunicadores continúen supervisando los contenidos generados con IA, asegurando que la tecnología complemente y no sustituya la creatividad humana.
- Para optimizar el uso de estas tecnologías, se recomienda ofrecer talleres y capacitaciones sobre software y técnicas de inteligencia artificial aplicadas al diseño y comunicación visual. Esto permitirá que los integrantes del instituto aprovechen al máximo las ventajas de la IA en sus proyectos.
- Dada la limitación de la muestra y el periodo de observación, se sugiere que futuras investigaciones incluyan una muestra más amplia de estudiantes y especialistas, así como un análisis más extenso de diferentes tipos de materiales gráficos y audiovisuales. Esto fortalecerá la comprensión del impacto de la IA en la narrativa visual institucional y permitirá validar y ampliar los hallazgos actuales.

- Se recomienda establecer lineamientos claros sobre la autoría, la originalidad y la ética en la creación de contenidos mediante IA, garantizando que se utilicen de manera responsable y evitando la reproducción de sesgos o el uso indebido de materiales digitales.

8 REFERENCIAS

- Andrade-Arias, A. J., Rosero-Quirós, S. M., & Raffo-Velarde, D. M. (2024). Exploración de los límites y el potencial de la inteligencia artificial en el diseño gráfico contemporáneo. *MQRInvestigar*, 8(4), 3204-3226.
<https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.4.2024.3204-3226>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Ávalos Áviles, A. M. (2024). *El uso de la Inteligencia Artificial (IA): Desafíos y oportunidades en el diseño gráfico publicitario en San Salvador* [Universidad Don Bosco]. <http://hdl.handle.net/11715/2737>
- Barthes, R. (1986). *El susurro del lenguaje: Más allá de la palabra y la escritura* (Barcelona). Paidós Comunicación.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacros y simulación*. Paidós.
- Bazán Peña, G. A., & Marshall Asencio, E. L. (2024). *Narrativa audiovisual e identidad cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023* [Universidad Estatal Península de Santa Elena].
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11899>
- Calderon, D. H. (2024). La integración de la inteligencia artificial en la fotografía publicitaria: Una exploración de aplicaciones y controversias. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 6(2), 35-44. <https://doi.org/10.34070>
- Cardoso, J. M., Plá, V. B., & Bar, C. M. (2025). Creatividad en la era digital: Comparativa entre la evaluación humana e IA en procesos de diseño gráfico. *Revista de Comunicación*, 24(2), 249-269. <https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3963>

- Castillo Zapata, D. A. (2025). *La comunicación digital y la inteligencia artificial en los estudiantes de la carrera de Comunicación en la UPSE* [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12483>
- Censos, I. N. de E. y. (2024). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Eco, U. (1984). *La estructura ausente introducción a la semiótica* (1.ª ed.). Lumen. <https://biblioteca.inci.gov.co/handle/inci/8997>
- El Universo. (2023, julio 11). 'ChatGPT' es la IA líder en Ecuador con 450.000 búsquedas mensuales promedio en Google, según el reporte 'Estado digital Ecuador'. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/chatgpt-es-la-ia-lider-en-ecuador-con-450000-busquedas-mensuales-promedio-en-google-segun-el-reporte-estado-digital-ecuador-nota/>
- Etikan, I., & Bala, k. (2021). *Sampling and sampling methods*. 9(219). <https://doi.org/10.15406/bbij.2021.09.00303>
- Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Fuerte Castrillón, A. L. (2021). *FOTOGRAFÍA NARRATIVA: HERRAMIENTA PARA FORTALECER LA PRODUCCIÓN ESCRITA* [UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL]. <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/16680/fotogr>

afia%20narrativa%20para%20produccion%20escrita.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Fuertes Perez, K. J. (2023). *Uso del lenguaje y su vínculo con la narrativa audiovisual. caso youtubers ecuatorianos: Raptor gamer* [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10232>
- Gauto Ruiz, C. A. (2023). La integración de las tecnologías digitales en la enseñanza-aprendizaje de los alumnos de la Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo – Facultad de Ciencias Sede Carapeguá. Año 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 7313-7337. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9279
- Gragueb, A. (2023). *Adobe Firefly Now Powers First Groundbreaking Generative AI Capabilities in Adobe Illustrator*. <https://news.adobe.com/news/news-details/2023/adobe-firefly-now-powers-first-groundbreaking-generative-ai-capabilities-in-adobe-illustrator>
- Gustavo Ramirez. (2023, noviembre 23). 40% de empresas de Ecuador usará herramientas basadas en IA en 2025—PULPO.EC. *PULPO*. <https://pulpo.ec/blog/tecnologia/empresas-ecuatorianas-apuestan-por-la-inteligencia-artificial/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Juan Carlos Endara Chimborazo. (2025). (PDF) La fotografía como recurso narrativo en la producción audiovisual. *Bastcorp International Journal*, 2(1), 3. <https://doi.org/10.62943/bij.v2n1.2023.27>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Holt, Rinehart and Winston.

- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- La Hora. (2025). *Ecuador entre los países que más usan ChatGPT: 23,7 millones de visitas en un mes*. LA HORA. <https://www.lahora.com.ec/economia/Ecuador-entre-los-paises-que-mas-usan-ChatGPT-237-millones-de-visitas-en-un-mes-20250527-0013.html>
- LOES. (2018). *Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)* (ley No. Registro Oficial Suplemento 298). Consejo de Educación Superior (CES).
- Lorenzet, F. L., Ramos, F. B., & Souza, R. J. D. (2021). Narrativa visual: Mediação de leitura na educação infantil. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, 2609-2629. <https://doi.org/10.21723/riaee.v16i4.13624>
- Macias, J. I. Z. (2025). Narrativas del futuro: Inteligencia artificial en la comunicación visual. *Revista Enfoques de la Comunicación*, 13, 190-225.
- Mancero Mosquera, A. E., & Suárez Ramírez, D. J. (2023). *USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN*. 83.
- Manovich, L. (2019). *AI Aesthetics*. Strelka Press.
- Marcayata, C. (2023, mayo 7). La brecha digital es la gran deuda pendiente en Ecuador, más en la ruralidad. *PRIMICIAS*. <https://revistagestion.primicias.ec/analisis-sociedad/la-brecha-digital-es-la-gran-deuda-pendiente-en-ecuador-mas-en-la-ruralidad/>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL). (2016). *Plan de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información del*

- Ecuador 2016-2017*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/Plan-de-Telecomunicaciones-y-TI..pdf>
- Paredes, J. C. S. (2022). *La narrativa visual de la fotografía y su impacto persuasivo en la publicidad de alimentos en la ciudad de Cali* [Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/entities/publication/a685b117-1c53-4f0f-9689-0c5475fb8e40>
- Parlamento Europeo. (2024). *Reglamento—UE - 2024/1689—ES - EUR-Lex*. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>
- Pastó, O. R. L., Castillo, V. N. A., Cevallos, G. A. P., & Negrete, W. G. P. (2025). Impacto de la inteligencia artificial aplicada a la fotografía digital en la labor del diseñador gráfico. *Revista San Gregorio, 1*(Especial_2), 60-68. https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial_2.3206
- Quezada Tello, L. L., & Tusa, F. (2017). Narrativa visual patrimonial y el arte de la fotografía: Estrategia para el desarrollo productivo. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales, Extra 1* (Octubre de 2017), 65-80.
- Ramos, G. (2021). *Ética de la inteligencia artificial | UNESCO*. <https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics>
- Rodríguez Valenzuela, P., & Díaz Fernández, N. A. (2024). Estudios sobre la inteligencia artificial como herramienta del diseño gráfico: Una investigación documental. *Artificio, 5*, eB1-eB1. <https://doi.org/10.33064/artificio520244772>
- Salinas Gutiérrez, I. (2024). La prospectiva del diseño gráfico en la era de la inteligencia artificial. *Zincografía, 39*. <https://doi.org/10.32870/zcr.v9i17.249>
- Sampieri, R. H., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Santaella, L., Braga, M. L. S., & Nöth, W. (2012). *Imagen: Comunicación, Semiótica y Medios*. Reichenberger, Dr. Roswitha.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2020). *Investigación de negocios: Enfoque práctico* (8ª). Pearson Educación.

Teleamazonas & Contenido publicado en TELEAMAZONAS.COM. Para hacer uso del mismo, cita la fuente y haz un enlace a la nota original

https://www.teleamazonas.com/trabajadores-ecuador-utilizan-inteligencia-artificial-estudio/?utm_source=chatgpt.com. (2024, enero 4). *En Ecuador, el 36% de trabajadores utilizan herramientas de IA, reveló un estudio*.

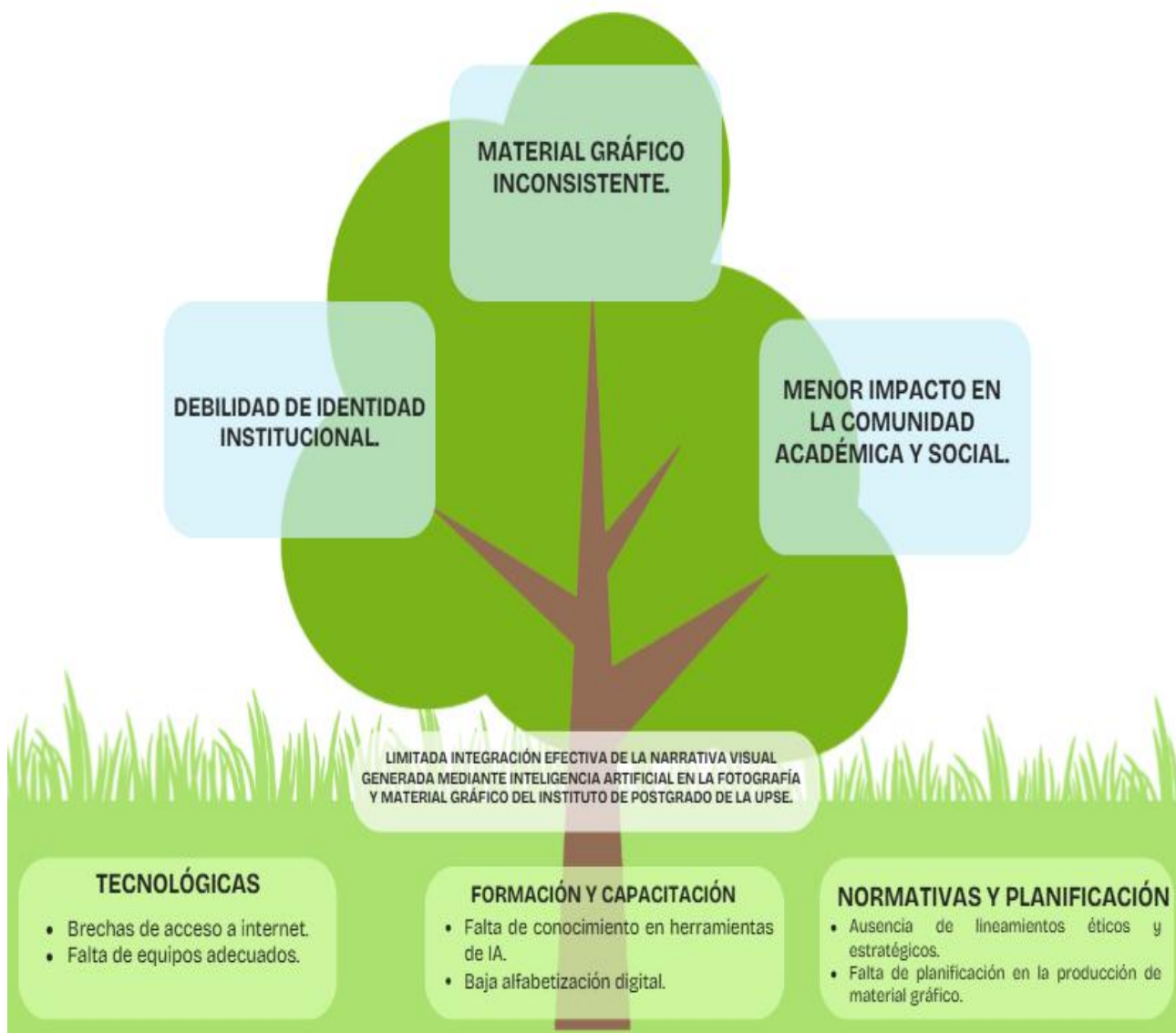
Teleamazonas. <https://www.teleamazonas.com/trabajadores-ecuador-utilizan-inteligencia-artificial-estudio/>

Víctor Molina. (2025). *Impacto del Marketing Digital en las Empresas Ecuatorianas durante 202*. COPROMERCO. <https://www.copromerco.com/publicaciones>

Yagual, A. D. B. (2022). *Contenidos periodísticos: Uso de las narrativas visuales en el medio Noticiero Peninsular On Line* [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6964>

9 ANEXOS

Figura 7. Árbol de problema



ANEXO II

Validación de instrumentos

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario - Escala de Likert

Tema: Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, 2025.

Objetivo General: Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE.

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

Variable independiente: Narrativa visual de la inteligencia artificial		1	2	3	4	5
1	Las imágenes que utiliza el IPG, creadas con inteligencia artificial tienen una composición visual coherente y bien equilibrada.					
2	El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE.					
Variable dependiente: Narrativa visual en fotografía y material gráfico						
1	¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?					
2	¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?					
3	En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?					

Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
Juez Experto
C.I: 0921222972

	<p>Pertinencia ética y crítica</p> <p>Eficiencia en procesos</p> <p>Innovación y tendencias</p>	Grado en que la IA incorpora nuevas formas creativas y estilos de diseño.	El uso de inteligencia artificial introduce nuevas formas creativas de diseño y expresión visual en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE.	X					X		X		X		X	
<p>VD: Narrativa visual en fotografía y material gráfico</p>	<p>Estética</p> <p>Funcionalidad institucional</p>	Tipos de materiales comunicacionales donde se aplica la IA.	¿En qué tipo de materiales ha notado el uso de inteligencia artificial en el área de comunicación del Instituto de Postgrado UPSE?	X					X		X		X		X	
	<p>Comunicacional</p> <p>Coherencia multicanal</p>	Procesos comunicacionales donde se integra la inteligencia artificial.	¿En qué procesos comunicacionales del Instituto de Postgrado considera que se emplea inteligencia artificial?	X					X		X		X		X	

	Impacto perceptivo	Percepción de los beneficios del uso de IA en la comunicación visual institucional	En su opinión, ¿qué beneficios representa el uso de inteligencia artificial en la comunicación visual del Instituto de Postgrado UPSE?	X					X		X		X		X		
--	---------------------------	--	--	---	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--

La Libertad, 06 de noviembre del 2025

Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto
C.I: 0921222972


FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Narrativa visual de la inteligencia artificial

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																			X	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			X	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			X	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			X	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			X	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			X	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			X	
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			X	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:

Promedio:	100
Juez Experto	Lic. Gerson Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
C.I:	0921222972
Teléfono:	0985394580
E-mail:	gcochea@upse.edu.ec
 Firma	

La Libertad, 6 noviembre del 2025

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Danny Nelson Santos Domínguez		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo 2025.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE.	
Dirigido a:	Estudiantes de la maestría en comunicación del Instituto de postgrado UPSE - 2025-1	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cochea Pachana Gerzon Alfredo	
Documento de identidad:	0921222972	
Grado académico:	Magíster en Diseño y Gestión de Marca/ Licenciado Diseño en Gráfico y Publicitario	
Especialidad:	Educación / Comunicación	
Experiencia profesional (años):	25 años de experiencia laboral	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
X		
Sugerencia:		

La Libertad 06 de noviembre del 2025



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
Juez Experto
C.I: 0921222972

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, 2025.

Objetivo: Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE.

Entrevistado: Lic. Luisa María Macias,
Mgtr.

Cargo: Técnico de Comunicación
Organizacional

Especialidad: Licenciada en comunicación y
magister en comunicación

Entrevistador: Danny Nelson Santos
Domínguez

Entrevistado: Lic. César
Teodoro Arizaga Sellan,
Mgtr.

Cargo: Relacionista
Público

Especialidad:

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente Narrativa visual de la inteligencia artificial	Desde su experiencia profesional, ¿de qué manera las herramientas de inteligencia artificial están transformando la creación y el desarrollo de la narrativa visual en fotografía y diseño gráfico?		
	¿Cuáles son los principales dilemas éticos o desafíos que surgen al incorporar inteligencia artificial en la creación visual, especialmente en cuanto a la autoría y la autenticidad del producto final?		
Variable Dependiente Narrativa visual en fotografía y material gráfico	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?		
	¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?		
	Desde su perspectiva, ¿qué impacto ha tenido la integración de la inteligencia artificial en la percepción pública y en la imagen institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE?		



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto

C.I: 0921222972

			visual, especialmente en cuanto a la autoría y la autenticidad del producto final?														
VD: Narrativa visual en fotografía y material gráfico	Funcionalidad institucional	Calidad de los recursos gráficos (color, tipografía, composición)	¿Cómo describiría la narrativa visual presente actualmente en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE?	x					x		x		x		x		
	Coherencia multicanal Comunicacional	Claridad y coherencia del mensaje visual	¿De qué manera considera que el uso de herramientas de inteligencia artificial ha influido en la coherencia, claridad y expresividad de los mensajes visuales del Instituto de Postgrado de la UPSE?	x					x		x		x		x		
	Impacto perceptivo Estética	Influencia de los materiales en la percepción institucional	Desde su perspectiva, ¿qué impacto ha tenido la integración de la inteligencia	x					x		x		x		x		

			artificial en la percepción pública y en la imagen institucional del Instituto de Postgrado de la UPSE?															
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto
C.I: 0921222972

La Libertad, 6 de noviembre del 2025

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:

La Libertad, 6 de noviembre del 2025



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto

C.I: 0921222972

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Danny Nelson Santos Domínguez		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo 2025.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE.	
Dirigido a:	Estudiantes de la maestría en comunicación del Instituto de postgrado UPSE - 2025-1	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cochea Pachana Gerzon Alfredo	
Documento de identidad:	0921222972	
Grado académico:	Magíster en Diseño y Gestión de Marca/ Licenciado Diseño en Gráfico y Publicitario	
Especialidad:	Educación / Comunicación	
Experiencia profesional (años):	25 años de experiencia laboral	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
X		
Sugerencia:		

La Libertad, 6 de noviembre del 2025



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto
C.I: 0921222972

INSTRUMENTO

Técnica: Análisis de contenido

Instrumento: Ficha de observación

Tema: Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo 2025.

Objetivo: Determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante la inteligencia artificial en la fotografía y material gráfico del Instituto de Postgrado de la UPSE

Objetivos:

- Identificar los elementos visuales y comunicacionales en los contenidos institucionales que evidencien el uso de herramientas de inteligencia artificial.
- Evaluar la relación entre la narrativa visual basada en IA y la calidad estética, coherencia e impacto perceptivo de los materiales gráficos institucionales.

Variable	Ítems	Sí	No	Observaciones
VI: Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial	Se evidencia el uso de herramientas de inteligencia artificial en la creación de recursos gráficos y fotografías institucionales.			
	El contenido muestra indicios de conocimiento técnico sobre el uso de IA en diseño y edición.			
	Se observa una frecuencia constante en la utilización de herramientas IA para la producción visual.			
	Los materiales gráficos presentan originalidad atribuible a procesos generativos con IA.			
	El uso de IA ha agilizado la producción de piezas visuales institucionales.			
	Las creaciones visuales mantienen equilibrio entre creatividad humana y automatización tecnológica.			
	Se respeta la autoría de los creadores y se reconoce el uso de herramientas IA en las publicaciones.			
	Las imágenes generadas con IA no comprometen la identidad institucional.			
	No se detectan riesgos éticos asociados a manipulación indebida o pérdida de autenticidad.			

	La implementación de IA ha optimizado tiempos de diseño y edición.			
	Las piezas gráficas muestran una integración efectiva entre los recursos visuales tradicionales y los generados con inteligencia artificial			
	El flujo de trabajo evidencia mayor eficiencia gracias al uso de inteligencia artificial.			
	Se incorporan estilos visuales o tendencias estéticas derivados del uso de IA.			
	El contenido gráfico refleja actualización tecnológica y exploración visual constante.			
	Se evidencian nuevas formas de narrativa visual generadas mediante IA.			
VD: Narrativa visual en fotografía y material gráfico	Las piezas visuales presentan equilibrio cromático, tipográfico y compositivo.			
	La IA contribuye a mejorar la calidad estética de las imágenes institucionales.			
	El mensaje visual transmitido es claro y coherente con la identidad del Instituto.			
	Se observa correspondencia entre el texto institucional y los elementos visuales generados.			
	Los recursos visuales generan una percepción positiva de innovación y modernidad institucional.			
	El uso de IA influye en la forma en que el público percibe la marca institucional.			
	Las imágenes y materiales cumplen funciones informativas y orientadoras.			
	Los elementos visuales producidos con IA refuerzan los objetivos comunicacionales del Instituto.			
	Se mantiene coherencia estética y narrativa entre publicaciones de diferentes plataformas.			
	La identidad visual institucional se conserva en medios digitales y físicos pese al uso de IA.			



La Libertad, 06 de noviembre del 2025

Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.

Juez Experto

C.I: 0921222972

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, periodo 2025.																
AUTOR:		Danny Santos																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
VI: Narrativa visual de la inteligencia artificial	Acceso y uso tecnológico	Nivel de conocimiento y frecuencia de uso de herramientas de IA	Se evidencia el uso de herramientas de inteligencia artificial en la creación de recursos gráficos y fotografías institucionales.	X					X		X		X		X			
			El contenido muestra indicios de conocimiento técnico sobre el uso de IA en diseño y edición.	X					X		X		X		X			
			Se observa una frecuencia constante en la utilización de herramientas IA para la producción visual.	X					X		X		X		X			

	Producción y creatividad	Percepción de originalidad y rapidez en la producción	Los materiales gráficos presentan originalidad atribuible a procesos generativos con IA.	X					X		X		X		X			
		El uso de IA ha agilizado la producción de piezas visuales institucionales.	X					X		X		X		X		X		
		Las creaciones visuales mantienen equilibrio entre creatividad humana y automatización tecnológica.	X					X		X		X		X		X		
Pertinencia ética y crítica	Riesgos percibidos en autoría, autenticidad e identidad institucional	Se respeta la autoría de los creadores y se reconoce el uso de herramientas IA en las publicaciones.	X					X		X		X		X		X		
		Las imágenes generadas con IA no comprometen la identidad institucional.	X					X		X		X		X		X		
		No se detectan riesgos éticos asociados a	X					X		X		X		X		X		

			manipulación indebida o pérdida de autenticidad.														
	Eficiencia en procesos	Grado en que la IA reduce tiempos y costos de producción	La implementación de IA ha optimizado tiempos de diseño y edición.	X					X		X		X		X		
			Se observa reducción en costos o recursos materiales asociados a la producción visual.	X					X		X		X		X		
			El flujo de trabajo evidencia mayor eficiencia gracias al uso de inteligencia artificial.	X					X		X		X		X		
	Innovación y tendencias	Incorporación de nuevas técnicas o estilos visuales generados por IA	Se incorporan estilos visuales o tendencias estéticas derivados del uso de IA.	X					X		X		X		X		
			El contenido gráfico refleja actualización tecnológica y exploración visual constante.	X					X		X		X		X		

			Se evidencian nuevas formas de narrativa visual generadas mediante IA.	X					X		X		X		X	
VD: Narrativa visual en fotografía y material gráfico	Estética	Calidad de los recursos gráficos (color, tipografía, composición)	Las piezas visuales presentan equilibrio cromático, tipográfico y compositivo.	X					X		X		X		X	
			La IA contribuye a mejorar la calidad estética de las imágenes institucionales.	X					X		X		X		X	
	Comunicacional	Claridad y coherencia del mensaje visual	El mensaje visual transmitido es claro y coherente con la identidad del Instituto.	X					X		X		X		X	
			Se observa correspondencia entre el texto institucional y los elementos visuales generados.	X					X		X		X		X	

	Impacto perceptivo	Influencia de los materiales en la percepción institucional	Los recursos visuales generan una percepción positiva de innovación y modernidad institucional.	X					X		X		X			
			El uso de IA influye en la forma en que el público percibe la marca institucional.	X					X		X		X		X	
	Funcionalidad institucional	Utilidad de los materiales para orientar, informar o guiar al público	Las imágenes y materiales cumplen funciones informativas y orientadoras.	X					X		X		X		X	
			Los elementos visuales producidos con IA refuerzan los objetivos comunicacionales del Instituto.	X					X		X		X		X	
	Coherencia multicanal	Nivel de consistencia de la narrativa visual en soportes físicos y digitales	Se mantiene coherencia estética y narrativa entre publicaciones de diferentes plataformas.	X					X		X		X		X	
			La identidad visual institucional se conserva en medios	X					X		X		X		X	

			digitales y físicos pese al uso de IA.														
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--




Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
Juez Experto
C.I: 0921222972

La Libertad, 06 de noviembre del 2025

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:

Promedio:	100
Juez Experto	Lic. Gerson Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
C.I:	0921222972
Teléfono:	0985394580
E-mail:	gcochea@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Danny Nelson Santos Domínguez		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material gráfico del instituto de postgrado de UPSE, 2025.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Análisis de contenido	
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los elementos visuales y comunicacionales en los contenidos institucionales que evidencien el uso de herramientas de inteligencia artificial. • Evaluar la relación entre la narrativa visual basada en IA y la calidad estética, coherencia e impacto perceptivo de los materiales gráficos institucionales. 	
Dirigido a:	Publicaciones de contenido audiovisual de instagarm, Facebook y pagina web institucional del instituto de Posgrado de la UPSE.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cochea Pachana Gerzon Alfredo	
Documento de identidad:	0921222972	
Grado académico:	Magíster en Diseño y Gestión de Marca/ Licenciado Diseño en Gráfico y Publicitario	
Especialidad:	Educación / Comunicación	
Experiencia profesional (años): 25 años de experiencia laboral		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
X		
Sugerencia:		

La Libertad, 06 de noviembre del 2025



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Pachana, Mgrt.
Juez Experto
 C.I: 0921222972

ANEXO III

Análisis de contenido

Figura 8. instagram de la institucion

Figura 9. Publicaciones de Marzo



Figura 10. Publicaciones de Abril



Figura 11. Publicaciones de Mayo



Figura 12. Publicaciones de Junio



Figura 13. Publicaciones de julio



Figura 15. Publicaciones de Agosto



Figura 14. Publicaciones de Septiembre

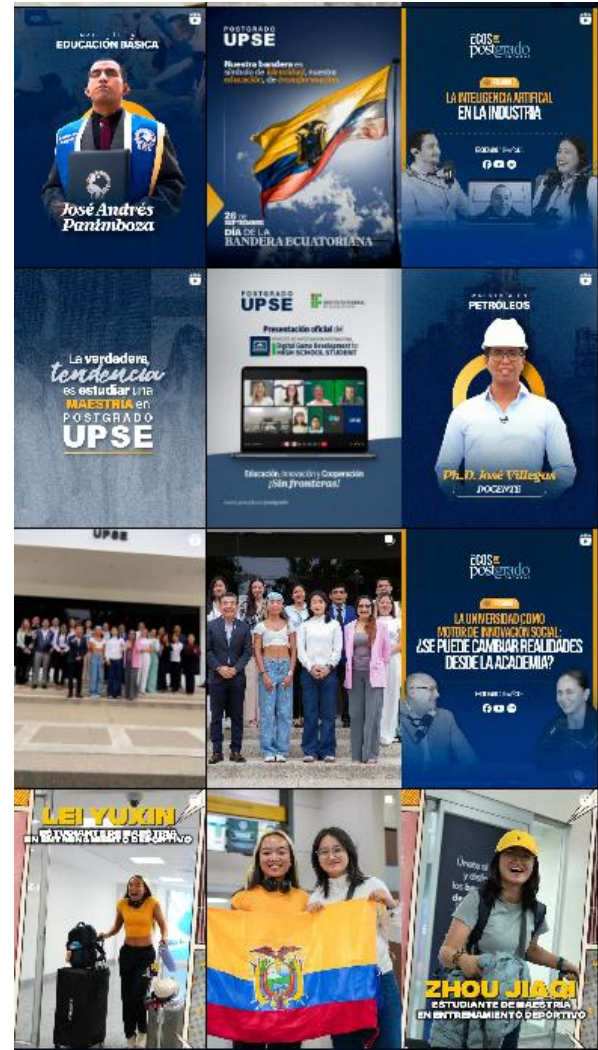


Figura 16. Página de Facebook de la institución



Figura 17. Publicaciones de Marzo – Abril – Mayo

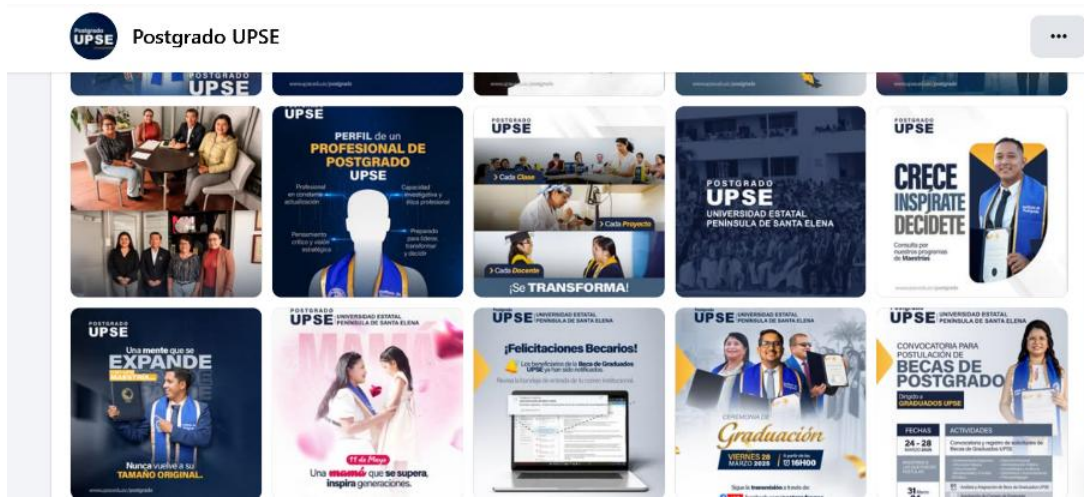


Figura 18. Publicaciones de Junio – Julio – Agosto





Figura 19. Publicaciones de Septiembre



Figura 20. Página de TikTok de la institución



Figura 21. Publicaciones de Marzo- Abril



Figura 22. Publicaciones de Junio – Julio

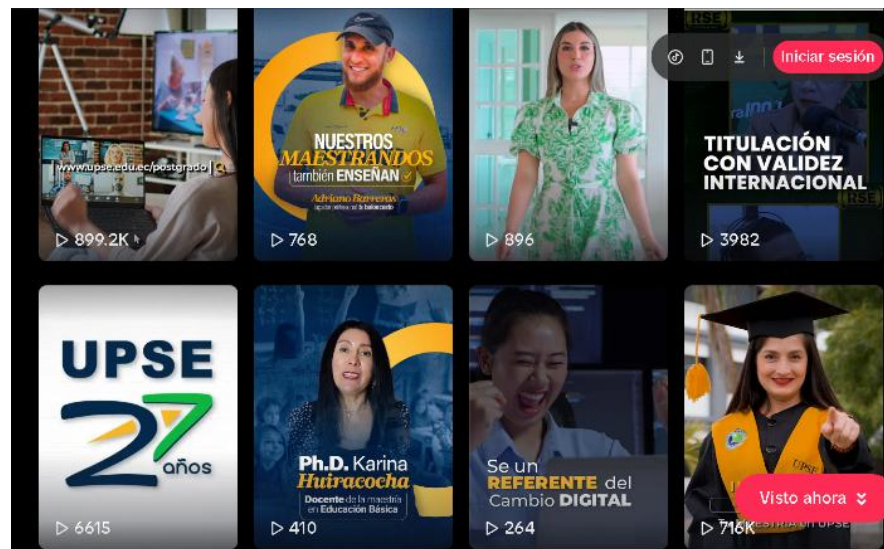
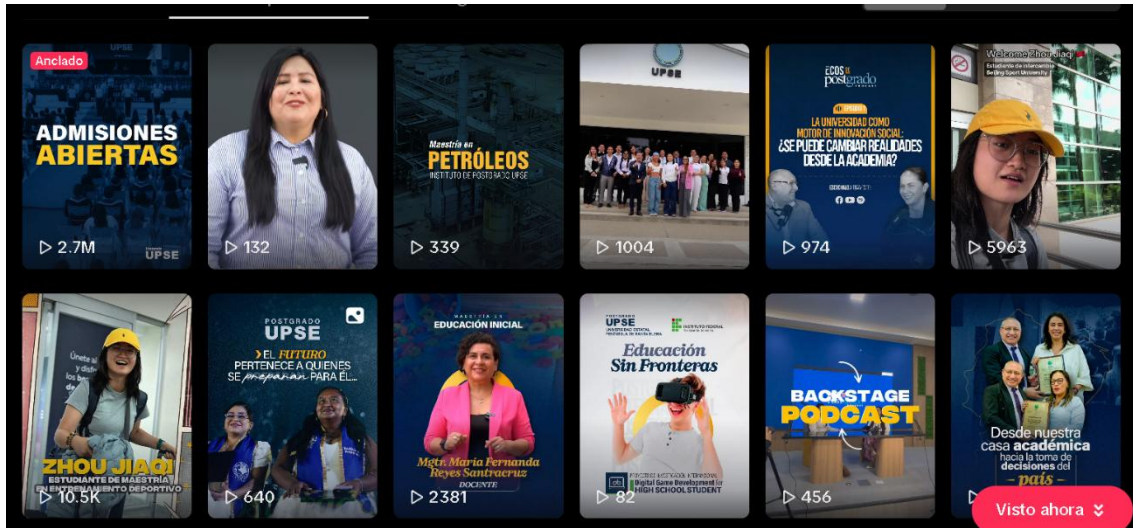


Figura 23. Publicaciones de Agosto – Septiembre



ANEXO IV

Encuesta de Google Forms y envío de link

← Modo de vista previa Publicado [Copiar vínculo para la persona que responde](#)

Este formulario no acepta respuestas. Administrar configuración de publicación

Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la Fotografía y Material Gráfico del Instituto de Postgrado de UPSE, 2025.

Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la Fotografía y Material Gráfico del Instituto de Postgrado de UPSE, 2025-1.

La presente encuesta forma parte de una investigación desarrollada en el **Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**, cuyo propósito es **determinar la incidencia de la narrativa visual generada mediante inteligencia artificial en la fotografía y el material gráfico institucional.**

Tu participación es **voluntaria y confidencial**, las respuestas serán utilizadas exclusivamente con fines académicos y de análisis investigativo.

No existen respuestas correctas o incorrectas; te pedimos responder con **honestidad y**



ANEXO V

TUTORÍA TITULACIÓN

Tema: “Narrativa Visual de la Inteligencia Artificial en la fotografía y material Gráfico del Instituto de Postgrado UPSE, 2025.”

- ANTECEDENTES
- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA
- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
- OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO
- JUSTIFICACIÓN
- HIPÓTESIS

Tiempo: 15:00pm – 16:00pm

Modalidad: Presencial

Total, de estudiantes: 1

Horas: 5

<u>ANEXO DE TITULACION I</u>	<u>ANEXO DE TITULACION II</u>
<u>Tema: Presentación de tutorías,</u>	<u>Tema: Revisión del capítulo 1</u>
<u>revisión y sugerencia</u>	<u>(Planteamiento del problema)</u>
<u>Fecha: 22 de agosto</u>	<u>Fecha: 9 de septiembre</u>
<u>Modalidad: Presencial</u>	<u>Modalidad: Presencial</u>



ANEXO DE TITULACIÓN III

Tema: Elaboración capítulo II

(Marco teórico y conceptual)

Fecha: 19 de septiembre

Modalidad: Presencial

ANEXO DE TITULACION IV

Tema: Elaboración capítulo III

(Marco metodológico)

Fecha: 26 de septiembre

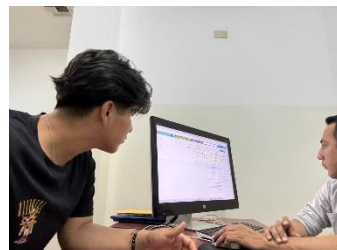
Modalidad: Presencial



<p align="center"><u>ANEXO DE TITULACION V</u></p> <p align="center"><u>Tema: Revisión y corrección</u></p> <p align="center"><u>(Matriz de instrumentos para las encuestas)</u></p> <p align="center"><u>Fecha: 30 de septiembre</u></p> <p align="center"><u>Modalidad: Presencial</u></p>	<p align="center"><u>ANEXO DE TITULACION VI</u></p> <p align="center"><u>Tema: Corrección capítulo IV</u></p> <p align="center"><u>(Resultados y discusión)</u></p> <p align="center"><u>Fecha: 14 de octubre</u></p> <p align="center"><u>Modalidad: Presencial</u></p>
---	---



<p align="center"><u>ANEXO DE TITULACION V</u></p> <p align="center"><u>Tema: Conclusiones y recomendaciones, resumen e introducción</u></p> <p align="center"><u>Fecha: 20 de octubre</u></p> <p align="center"><u>Modalidad: Presencial</u></p>	<p align="center"><u>ANEXO DE TITULACION VI</u></p> <p align="center"><u>Tema: Referencia y Anexos</u></p> <p align="center"><u>Fecha: 29 de octubre</u></p> <p align="center"><u>Modalidad: Presencial</u></p>
---	---



ANEXO DE TITULACION VII**Tema: Revisión final en Sistema****Compilatio****Fecha: 5 de noviembre****Modalidad: Presencial****ANEXO DE TITULACION VII****Tema: Revisión de sistema anti plagio**