

COMUNICACIÓN SOCIAL

EN LA ERA DE LA
INTELIGENCIA ARTIFICIAL:

NARRATIVAS, ÉTICA Y PODER DIGITAL



“ La comunicación no solo transmite información,
construye realidades.
En la era de la IA, el poder está en cómo contamos
esas historias. ”

Live Working
EDITORIAL

ISBN:

978-9942-580-67-2

CRÉDITOS

“Comunicación social en la era de la inteligencia artificial: Narrativas, ética y poder digital”

Autores

Paul Santiago Freire Sierra

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9785-1359>

Correo: paul.freires@ug.edu.ec

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Sandra Edith Escobar Sánchez

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9673-8338>

Correo: sandra.escobars@ug.edu.ec

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Virginia de Jesús Zambrano Zambrano

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4051-0972>

Correo: virginia.zambranoz@ug.edu.ec

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Galo Raúl Carchi Andía

Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-6733-0554>

Correo: galo.carchia@ug.edu.ec

Afiliación: Universidad de Guayaquil

INDEXACIÓN

Dirección y Coordinación Editorial: Sara Díaz Villacís

Revisión de contenido Christian Armendáriz PhD

Revisión pedagógica: Fabrizzio Andrade PhD (c)

©Derechos de Copia y Propiedad Intelectual ®

Maquetación y Diseño de portada: Sara Díaz V

Libro bajo revisión técnica y didáctica de pares

Guayaquil - Ecuador

Mayo del 2026



Descarga:

<https://liveworkingeditorial.com/libros/978-9942-580-67-2/>

Enlace del DOI:

<https://doi.org/10.63792/978-9942-580-67-2/>





Certificado de autenticidad



ISBN: 978-9942-580-67-2



Google Play
Books

ÍNDICE GENERAL

CRÉDITOS.....	II
INDEXACIÓN	III
ÍNDICE GENERAL	5
SEMBLANZA	8
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	16
ESTRUCTURA DE LA OBRA	21
1 Capítulo 1: Ecosistema de la inteligencia artificial en la comunicación	23
1.1 Introducción del capítulo 1	24
1.2 De la digitalización a la comunicación algorítmica	30
1.3 Gestión de información pública y medios	34
1.4 Comunicación digital y narrativas emergentes.....	42
1.5 Productividad, creatividad y apropiación profesional.....	50
1.6 Conclusiones del capítulo 1	54

1.7	Evaluación del aprendizaje	62
1.8	Respuestas y razonamientos	66
2	Capítulo 2: Ética, sesgos, regulación y derechos	69
2.1	Introducción del capítulo 2	70
2.2	Principios éticos para comunicar con IA ...	74
2.3	Sesgo algorítmico, igualdad y representación	79
2.4	Libertad de expresión y desinformación...	84
2.5	Regulación, cumplimiento y cultura institucional.....	89
2.6	Conclusiones del capítulo 2.....	95
2.7	Evaluación del aprendizaje	100
2.9	Respuestas y razonamientos	105
3	Capítulo 3: Aplicaciones en periodismo, organizaciones, política y publicidad.....	108
3.1	Introducción del capítulo 3	109
3.2	Periodismo automatizado y construcción de la noticia	114
3.3	Comunicación organizacional e intercultural	120

3.4	Comunicación política y campañas electorales.....	127
3.5	Publicidad, marketing directo y persuasión 132	
3.6	Conclusiones del capítulo 3.....	138
3.7	Evaluación del aprendizaje	143
3.8	Respuestas y razonamientos	148
4	Capítulo 4: Comunicación científica, educación y creatividad visual	151
4.1	Introducción del capítulo 4	152
4.2	Comunicación científica y divulgación	153
4.3	Educación 4.0 y formación docente	158
4.4	Diseño gráfico, audiovisualidad y cultura visual	163
4.5	Competencias para el futuro de la comunicación	168
4.6	Conclusiones del capítulo 4.....	173
4.7	Evaluación del aprendizaje	174
4.8	Respuestas y razonamientos	178
	Bibliografía.....	181

SEMBLANZA

Paul Santiago Freire Sierra



Paul Santiago Freire Sierra, nacido en Guayaquil, Ecuador, es Ingeniero Comercial por la Universidad de Guayaquil y Magíster en Administración y Dirección de Empresas. Su trayectoria profesional integra experiencia en los ámbitos académico y administrativo, consolidando una visión interdisciplinaria orientada a la gestión, la educación y la comunicación.

Actualmente se desempeña como docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil y como Analista de Presupuesto del Hospital Militar de Guayaquil.

Es autor y coautor de diversos artículos científicos y libros relacionados con las áreas de comunicación, administración y educación. Asimismo, ha participado en diferentes eventos académicos y de formación profesional como capacitador docente,

contribuyendo al fortalecimiento de procesos educativos y de desarrollo institucional.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9785-1359>

Correo:

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Sandra Edith Escobar Sánchez



Sandra Edith Escobar Sánchez, nacida en Guayaquil, Ecuador, es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad de Guayaquil y Máster en Comunicación por la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Su experiencia profesional se ha desarrollado en los campos de la comunicación institucional y la docencia universitaria, integrando conocimientos teóricos y prácticos en el ámbito comunicacional. Actualmente ejerce funciones como docente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil y como Analista de Comunicación en el Municipio de Guayaquil. Ha participado en procesos

de investigación académica y es autora de diversos artículos científicos vinculados al área de comunicación y estudios sociales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9673-8338>

Correo:

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Virginia de Jesús Zambrano Zambrano



Virginia de Jesús Zambrano Zambrano, nacida en Guayaquil, Ecuador, es Ingeniera Comercial por la Universidad de Guayaquil y Magíster en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Su formación y experiencia profesional le han permitido desarrollar actividades en el ámbito académico y de investigación, con énfasis en áreas relacionadas con la administración, la comunicación y la educación. Actualmente se desempeña como docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la

Universidad de Guayaquil. Es autora y coautora de diversos artículos científicos y libros, además de participar activamente en espacios académicos y procesos de capacitación docente orientados al fortalecimiento de la formación universitaria.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4051-0972>

Correo:

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Galo Raúl Carchi Andía



Galo Raúl Carchi Andía, nacido en Guayaquil, Ecuador, es Tecnólogo en Comunicación para Televisión con mención en Relaciones Públicas y Protocolo por el Instituto Tecnológico Superior de Estudios de Televisión ITV, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Guayaquil y Máster Universitario en Marketing Digital por la Universidad Internacional de La Rioja. Su formación multidisciplinaria integra conocimientos en

comunicación, medios digitales y estrategias de marketing contemporáneo. Actualmente se desempeña como docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Ha desarrollado actividades de investigación y producción académica, siendo autor y coautor de diversos artículos científicos y libros relacionados con la comunicación, la administración y la educación.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6733-0554>

Correo:

Afiliación: Universidad de Guayaquil

RESUMEN

Este libro presenta una introducción crítica y aplicada a la relación entre inteligencia artificial y comunicación en la cultura digital contemporánea. Organizado en cuatro capítulos, examina primero el ecosistema sociotécnico de la comunicación algorítmica: producción automatizada de contenidos, gestión de información pública, narrativas digitales y apropiación profesional. Luego desarrolla los principales debates éticos, con énfasis en transparencia, sesgos, igualdad, libertad de expresión, desinformación, protección de datos y regulación. El tercer capítulo analiza aplicaciones concretas en periodismo, comunicación organizacional, comunicación política, campañas electorales, publicidad y marketing directo, destacando la diferencia entre personalización legítima y manipulación opaca. El cuarto capítulo aborda la comunicación científica, la educación, la formación docente, el diseño gráfico, la comunicación audiovisual y las competencias que los

comunicadores necesitan para trabajar con IA sin renunciar al juicio humano.

La obra sostiene que la inteligencia artificial no debe entenderse como sustituto de la responsabilidad comunicacional, sino como un conjunto de herramientas y sistemas que amplían capacidades cuando se integran con criterios éticos, pedagógicos y profesionales. Cada capítulo incluye objetivos de aprendizaje, introducción, subcapítulos, conclusiones, diez preguntas objetivas de evaluación, respuestas correctas y razonamientos. El enfoque busca servir como material de estudio para cursos, talleres, seminarios y procesos de actualización profesional en comunicación, educación, diseño, periodismo e investigación. ISBN y DOI quedan señalados como pendientes para su incorporación editorial posterior.

El lector encontrará una guía organizada para comprender conceptos, reconocer riesgos, tomar decisiones y evaluar aprendizajes. La finalidad central es convertir el debate sobre IA en comunicación en una práctica responsable, documentada y socialmente

consciente. En conjunto, el texto propone que la innovación comunicacional solo resulta legítima cuando mejora la calidad de la información, respeta derechos, reconoce incertidumbres y fortalece la capacidad crítica de quienes producen y reciben mensajes en contextos sociales complejos, cambiantes y profundamente mediados por tecnologías digitales contemporáneas.

Palabras clave: Comunicación social, era de la inteligencia artificial, narrativas, ética, poder digital

INTRODUCCIÓN

Este libro nace de un antecedente histórico reciente: en muy pocos años, la inteligencia artificial dejó de ser una tecnología reservada a laboratorios, industrias especializadas o discursos futuristas, y se convirtió en una herramienta cotidiana para redactar mensajes, generar imágenes, resumir documentos, clasificar audiencias, traducir contenidos y apoyar decisiones de comunicación. La aceleración de la IA generativa modificó el modo en que periodistas, docentes, diseñadores, investigadores, publicistas, comunicadores políticos y organizaciones producen sentido en la esfera pública. Lo que antes se entendía como digitalización de procesos hoy aparece como una reorganización más profunda: la mediación algorítmica participa en la forma, el ritmo, la escala y la visibilidad de los mensajes.

El antecedente que justifica este libro no es solamente técnico. También es cultural, educativo, profesional y ético. La comunicación contemporánea se

enfrenta a sistemas capaces de escribir con fluidez, adaptar tonos, simular estilos, sugerir titulares, crear piezas visuales y personalizar experiencias de recepción. Sin embargo, la facilidad de uso no elimina preguntas fundamentales: quién responde por un contenido generado o asistido por IA, cómo se verifica su exactitud, qué sesgos arrastra, qué datos utiliza, qué intereses comerciales o políticos orientan su aplicación y qué capacidades humanas se fortalecen o se debilitan cuando se delegan tareas comunicacionales.

Las referencias reunidas para este manuscrito muestran un campo académico en plena expansión durante 2025 y 2026. Los estudios sobre medios, comunicación política, comunicación organizacional, ética, diseño gráfico, comunicación científica, educación, legislación, desinformación y cultura visual comparten una preocupación central: la IA ofrece oportunidades reales de productividad y creatividad, pero sus beneficios dependen del modo en que se gobierna, se explica y se evalúa. Por eso el libro no adopta una mirada celebratoria ni una postura de

rechazo automático. Su propósito es ofrecer una lectura crítica, pedagógica y aplicable que permita comprender la IA como infraestructura sociotécnica, no como simple herramienta neutral.

La necesidad del libro surge también de una brecha formativa. Muchos equipos de comunicación ya usan IA para tareas concretas, pero no siempre cuentan con criterios claros para decidir cuándo usarla, cómo documentar su intervención, cómo proteger derechos, cómo verificar resultados o cómo explicar al público el papel de la automatización. Esta brecha afecta especialmente a instituciones educativas, medios locales, organizaciones pequeñas y profesionales independientes, que pueden adoptar herramientas sin políticas internas, sin capacitación suficiente o sin protocolos de evaluación. En ese contexto, formar criterio es tan importante como aprender a manejar plataformas.

La comunicación es una práctica social basada en confianza, interpretación y responsabilidad. Si la IA interviene en esa práctica, no basta con medir cuántos

textos produce o cuánto tiempo ahorra. Hay que examinar cómo transforma la relación entre emisores y públicos, cómo altera los procesos de edición y verificación, cómo influye en campañas políticas y publicitarias, cómo redefine la creatividad visual, cómo impacta la comunicación científica y cómo obliga a pensar nuevos pactos de transparencia. Este libro se escribe para acompañar esa discusión con estructura didáctica, referencias recientes y preguntas de evaluación que permitan convertir la lectura en aprendizaje verificable.

El antecedente inmediato también puede reconocerse en la convergencia de varias crisis comunicacionales. La primera es la crisis de confianza: públicos cada vez más expuestos a información abundante, contradictoria y difícil de verificar exigen señales claras de procedencia, autoría y responsabilidad. La segunda es la crisis de velocidad: las instituciones sienten presión por responder en tiempo real, producir más contenidos y adaptar mensajes a públicos fragmentados. La tercera es la crisis de

representación: los sistemas automatizados pueden reproducir desigualdades, invisibilizar voces o reforzar estereotipos si se entrenan y aplican sin revisión crítica. La cuarta es la crisis de formación: muchos profesionales aprenden a usar herramientas antes de discutir sus consecuencias.

Frente a ese panorama, el libro se plantea como una herramienta de orientación. No pretende agotar todos los desarrollos técnicos de la IA, ni convertir al lector en programador, sino ayudarle a pensar como comunicador en un entorno donde parte de la producción simbólica se negocia con sistemas algorítmicos. Por eso combina explicación conceptual, aplicaciones profesionales, criterios éticos y preguntas de evaluación. La organización en cuatro capítulos responde a una lógica progresiva: comprender el ecosistema, evaluar sus dilemas, estudiar sus usos y proyectar competencias para el futuro.

El enfoque adoptado reconoce que la IA puede ser útil para democratizar acceso a recursos, apoyar traducciones, mejorar procesos de archivo, ampliar

opciones creativas, facilitar divulgación científica y acompañar aprendizajes. Pero también advierte que esas posibilidades no son automáticas. Dependen de marcos institucionales, políticas de transparencia, cuidado de datos, revisión humana, alfabetización mediática y compromiso con derechos. De allí que el libro insista en una idea transversal: comunicar con IA es tomar decisiones sobre tecnología, pero también sobre poder, verdad, cultura y responsabilidad pública. Esta perspectiva permite que la obra dialogue con lectores de distintos ámbitos sin reducir el problema a una moda tecnológica.

ESTRUCTURA DE LA OBRA

La obra se divide en cuatro capítulos didácticos. Cada unidad inicia con una portada interna, objetivos de aprendizaje y una introducción. Luego desarrolla subcapítulos temáticos, conclusiones y una evaluación objetiva de diez preguntas con una sola respuesta verdadera, seguida por respuestas y razonamientos. Esta estructura permite utilizar el libro tanto como texto

de lectura continua como material para cursos, seminarios o procesos de capacitación profesional.

Capítulo 1: Ecosistema de la inteligencia artificial en la comunicación

Objetivos de aprendizaje

- Reconocer los cambios que introduce la IA generativa en la producción, circulación y gestión de información.
- Distinguir automatización, asistencia algorítmica y toma de decisiones comunicacionales.
- Analizar oportunidades y riesgos de la IA en medios, comunicación digital y gestión pública de información.

1.1 Introducción del capítulo 1

La comunicación ha experimentado transformaciones permanentes a lo largo de la historia debido a cambios tecnológicos, sociales y culturales que modifican las formas mediante las cuales las personas producen, comparten e interpretan información. La aparición de la imprenta, el desarrollo de la radio, la expansión de la televisión y posteriormente la incorporación de internet alteraron significativamente las dinámicas de producción y circulación de mensajes. En la actualidad, la inteligencia artificial representa uno de los cambios más relevantes dentro de ese proceso evolutivo, debido a que introduce nuevas formas de interacción entre tecnología y comunicación.

En pocos años, la inteligencia artificial dejó de ser considerada una tecnología experimental limitada a espacios especializados para convertirse en una herramienta de uso cotidiano. Actualmente puede participar en procesos relacionados con redacción de contenidos, traducción automática, clasificación documental, generación de imágenes, análisis de

audiencias y producción audiovisual. Su expansión ha permitido que instituciones, medios y profesionales incorporen herramientas capaces de optimizar procesos y reducir tiempos de trabajo en actividades comunicacionales diversas.

Sin embargo, comprender la inteligencia artificial únicamente como una herramienta tecnológica puede limitar el análisis de sus efectos reales. Diversos autores sostienen que los cambios actuales deben interpretarse como transformaciones sociotécnicas que modifican prácticas profesionales, relaciones institucionales y procesos culturales vinculados con la producción simbólica contemporánea (Lassi y Videla, 2025; MartíBarrales, 2025). Desde esta perspectiva, la tecnología deja de ser entendida como un recurso aislado y pasa a convertirse en un componente activo dentro de estructuras sociales y organizacionales más complejas.

Las transformaciones recientes también afectan las responsabilidades asociadas con la producción de contenidos. Tradicionalmente, los procesos

comunicacionales dependían de decisiones humanas relacionadas con selección de información, edición, verificación y difusión de mensajes. En la actualidad, diversas herramientas algorítmicas intervienen parcial o totalmente en algunos de estos procedimientos mediante procesos automatizados capaces de analizar grandes cantidades de datos y generar resultados en tiempos considerablemente reducidos.

Atausinchi et al. (2025) señalan que la incorporación de inteligencia artificial en los medios de comunicación está modificando la manera en que se gestiona información pública y se desarrollan procesos editoriales. Esta transformación no implica necesariamente la sustitución del trabajo humano, pero sí introduce cambios importantes en funciones profesionales y criterios de validación.

La incorporación de sistemas inteligentes también genera cuestionamientos relacionados con responsabilidad, transparencia y confiabilidad. La capacidad tecnológica para producir resultados rápidos no garantiza necesariamente precisión o calidad

informativa. Un sistema automatizado puede generar contenidos aparentemente coherentes y técnicamente correctos mientras reproduce errores conceptuales, sesgos culturales o interpretaciones insuficientes del contexto social.

Diversas investigaciones recientes destacan precisamente la necesidad de fortalecer procesos críticos asociados con el uso de herramientas digitales. Jaramillo (2025) señala que la comunicación digital contemporánea exige nuevas capacidades orientadas no solo al manejo instrumental de tecnologías, sino también al desarrollo de criterios que permitan interpretar adecuadamente sus implicaciones sociales.

La necesidad de fortalecer capacidades críticas adquiere especial relevancia debido a que las herramientas actuales poseen niveles crecientes de accesibilidad. Muchos profesionales pueden utilizar sistemas de inteligencia artificial sin comprender completamente los procesos internos mediante los cuales estas tecnologías producen resultados. Esta situación genera riesgos importantes porque puede

producir dependencia tecnológica o aceptación automática de contenidos generados por sistemas algorítmicos.

El desafío contemporáneo no consiste únicamente en incorporar nuevas tecnologías dentro de actividades comunicacionales, sino también en comprender sus limitaciones y consecuencias potenciales. La comunicación constituye una práctica social basada en interpretación, responsabilidad y construcción de sentido colectivo. Cuando la inteligencia artificial interviene dentro de ese proceso, surgen preguntas fundamentales relacionadas con autoría, transparencia y legitimidad.

Hidalgo y Portas (2025) sostienen que las herramientas generativas poseen capacidad para ampliar posibilidades creativas y mejorar productividad; sin embargo, sus beneficios dependen de la existencia de procesos adecuados de apropiación profesional. En otras palabras, la utilidad tecnológica no surge automáticamente por la presencia de una herramienta,

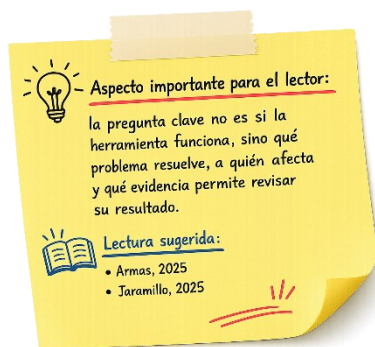
sino por la manera en que las personas deciden incorporarla dentro de sus actividades.

En este contexto, resulta necesario evitar posiciones extremas. Una visión excesivamente optimista puede conducir a expectativas poco realistas sobre las capacidades tecnológicas, mientras que una postura completamente negativa puede limitar posibilidades de innovación y aprendizaje. La discusión contemporánea sugiere la necesidad de construir posiciones equilibradas capaces de reconocer oportunidades sin ignorar riesgos potenciales.

El propósito de este capítulo consiste en analizar las principales transformaciones asociadas con la inteligencia artificial dentro del ecosistema comunicacional contemporáneo. Para ello se abordarán aspectos relacionados con transición hacia comunicación algorítmica, gestión de información pública, narrativas digitales emergentes y procesos de apropiación profesional vinculados con creatividad y productividad.

El objetivo central no es formar especialistas técnicos ni desarrollar competencias avanzadas en programación, sino fortalecer capacidades analíticas que permitan comprender el papel de la inteligencia artificial dentro de procesos comunicacionales actuales. En consecuencia, el interés principal radica en comprender cómo estas herramientas modifican prácticas, relaciones y decisiones vinculadas con producción y circulación de información.

1.2 De la digitalización a la comunicación algorítmica



Los procesos de digitalización modificaron profundamente la manera en que las sociedades producen, almacenan y distribuyen información.

Durante décadas, la incorporación de tecnologías digitales permitió trasladar actividades tradicionalmente desarrolladas en

medios físicos hacia plataformas electrónicas capaces de incrementar velocidad y eficiencia operativa.

Inicialmente, la digitalización estuvo asociada con sustitución de procedimientos analógicos por procesos automatizados relativamente simples. Archivos físicos fueron reemplazados por bases de datos digitales, las comunicaciones escritas migraron hacia entornos electrónicos y diversos procedimientos administrativos comenzaron a desarrollarse mediante plataformas informáticas.

Sin embargo, el desarrollo reciente de inteligencia artificial introdujo cambios que superan la automatización tradicional. Mientras las primeras tecnologías digitales dependían principalmente de instrucciones programadas de forma explícita, los sistemas actuales poseen capacidad para identificar patrones, generar respuestas y producir contenidos mediante análisis de grandes volúmenes de información.

Armas (2025) señala que el impacto contemporáneo de inteligencia artificial en medios de comunicación no

puede interpretarse únicamente como una mejora tecnológica, debido a que también modifica dinámicas organizacionales y procesos relacionados con circulación de contenidos.

La comunicación algorítmica aparece precisamente en este escenario caracterizado por participación creciente de sistemas automatizados dentro de actividades relacionadas con producción y distribución de mensajes. Los algoritmos intervienen actualmente en selección de noticias, personalización de contenidos, clasificación de información y recomendación de materiales audiovisuales.

Esta transformación presenta beneficios operativos evidentes. Los sistemas inteligentes permiten procesar grandes cantidades de datos en tiempos reducidos, identificar tendencias y optimizar actividades repetitivas que anteriormente requerían recursos humanos considerables.

No obstante, la incorporación de inteligencia artificial también modifica relaciones entre información, interpretación y autoridad profesional. La rapidez

tecnológica no necesariamente garantiza calidad comunicacional.

Cuando un algoritmo selecciona determinados contenidos y prioriza otros, influye indirectamente sobre aquello que las personas observan, interpretan o consideran relevante dentro de un entorno social determinado.

Granados et al. (2025) señalan que el desarrollo tecnológico actual debe comprenderse desde una perspectiva que integre productividad con responsabilidad social. El uso adecuado de inteligencia artificial exige considerar factores relacionados con calidad, contexto y consecuencias derivadas de decisiones automatizadas.

Además, la automatización puede generar una percepción de objetividad que no siempre corresponde con la realidad. Muchos usuarios tienden a asumir que resultados producidos por sistemas tecnológicos poseen niveles superiores de precisión únicamente por haber sido generados mediante procesos automatizados. Sin embargo, diversos estudios

muestran que los algoritmos también pueden reproducir errores presentes dentro de los datos utilizados durante su entrenamiento o funcionamiento.

La capacidad tecnológica para producir resultados rápidos no elimina la necesidad de evaluación crítica. La responsabilidad comunicacional continúa dependiendo de procesos humanos relacionados con interpretación, supervisión y toma de decisiones.

1.3 Gestión de información pública y medios



Aspecto importante para el lector:

la velocidad puede ser una ventaja profesional, pero se vuelve riesgo cuando reemplaza la verificación, la sensibilidad cultural o la deliberación ética.

La gestión de información pública constituye uno de los campos donde la incorporación de inteligencia artificial ha producido transformaciones

más visibles durante los últimos años. Instituciones gubernamentales, medios de comunicación, organizaciones privadas y centros académicos generan diariamente grandes cantidades de información que

requieren procesos constantes de organización, clasificación, almacenamiento y análisis. Frente a este escenario, las herramientas basadas en inteligencia artificial aparecen como mecanismos capaces de incrementar velocidad y eficiencia operativa.

Tradicionalmente, la administración de información pública dependía de procesos manuales o de sistemas automatizados relativamente limitados. La clasificación documental, el archivo de contenidos y la búsqueda de registros requerían grandes inversiones de tiempo y recursos humanos. Actualmente, diversas herramientas permiten automatizar parte de estas actividades mediante sistemas capaces de reconocer patrones y organizar información de manera más rápida.

Atausinchi et al. (2025) sostienen que las tecnologías emergentes vinculadas con inteligencia artificial están modificando significativamente los procesos relacionados con gestión de información pública y medios de comunicación. Esta transformación no se limita a la incorporación de nuevas herramientas; implica

cambios en las formas mediante las cuales las instituciones producen y administran conocimiento.

Entre las aplicaciones más frecuentes se encuentran sistemas automatizados para clasificación documental, análisis de tendencias informativas, identificación de temas emergentes y elaboración de reportes basados en grandes volúmenes de datos. Estas herramientas poseen capacidad para detectar relaciones difíciles de identificar mediante procedimientos convencionales.

En los medios de comunicación, la inteligencia artificial también ha comenzado a participar en procesos asociados con producción periodística y gestión editorial. Algunas organizaciones utilizan sistemas automatizados para redactar informes deportivos, reportes financieros o noticias basadas en datos estructurados. Estas aplicaciones permiten acelerar procesos productivos y reducir tiempos asociados con tareas repetitivas.

Peñafiel y Chavero (2025) señalan que el uso de inteligencia artificial dentro de prácticas periodísticas plantea desafíos importantes relacionados con ética

profesional y construcción de noticias. Aunque las herramientas automatizadas pueden incrementar productividad, la responsabilidad editorial continúa dependiendo de decisiones humanas.

La producción informativa exige mucho más que velocidad o eficiencia operativa. Los procesos periodísticos también involucran interpretación, contextualización y valoración crítica de acontecimientos sociales. Una noticia no consiste únicamente en la transmisión de datos; implica procesos de selección, análisis y explicación que requieren sensibilidad humana y comprensión contextual.

En consecuencia, delegar completamente funciones editoriales a sistemas automatizados puede producir riesgos relacionados con pérdida de contexto o difusión de información incorrecta.

Otro aspecto relevante se relaciona con sistemas algorítmicos de recomendación utilizados por plataformas digitales y medios contemporáneos. Gran parte de la información consumida actualmente por las personas llega mediante procesos automatizados que

seleccionan contenidos específicos según preferencias, comportamientos previos o patrones de interacción.

Aunque estos mecanismos permiten personalizar experiencias y facilitar acceso a información relevante, también pueden generar efectos no previstos. Uno de los principales riesgos consiste en la creación de entornos informativos limitados donde los usuarios reciben únicamente contenidos similares a sus intereses anteriores.

Rodríguez y Borau (2025) destacan que la inteligencia artificial aplicada a comunicación estratégica puede contribuir al fortalecimiento de procesos informativos; sin embargo, también puede favorecer dinámicas de desinformación cuando los criterios utilizados por sistemas automatizados permanecen poco transparentes.

La visibilidad de determinados contenidos dentro de plataformas digitales no siempre depende exclusivamente de relevancia informativa. Factores asociados con interacción, permanencia o comportamiento de usuarios pueden influir

significativamente en procesos de selección automatizada.

Esta situación adquiere especial importancia dentro de contextos relacionados con información pública y comunicación social, debido a que decisiones aparentemente técnicas pueden producir efectos relevantes sobre construcción de opinión y percepción colectiva.

La transparencia representa otro desafío importante dentro de gestión algorítmica de información. En muchos casos, usuarios y audiencias desconocen los criterios específicos mediante los cuales ciertos contenidos son priorizados o descartados por sistemas automatizados.

La ausencia de explicaciones claras puede dificultar procesos de evaluación crítica y disminuir niveles de confianza pública.

Por esa razón, diversos investigadores sostienen la necesidad de desarrollar mecanismos de trazabilidad que permitan comprender cómo se producen

determinadas decisiones algorítmicas (Sánchez-Pita et al., 2025).

La trazabilidad hace referencia a la posibilidad de documentar procesos y reconstruir procedimientos asociados con producción de resultados. En términos comunicacionales, esto implica registrar qué herramientas fueron utilizadas, qué datos participaron y cuáles fueron los criterios considerados durante procesos automatizados.

La existencia de mecanismos de trazabilidad permite fortalecer transparencia institucional y facilita procesos posteriores de revisión o corrección.

La alfabetización digital constituye otro elemento esencial dentro de gestión responsable de información pública. La disponibilidad creciente de herramientas tecnológicas requiere profesionales capaces de interpretar adecuadamente sus alcances y limitaciones.

No resulta suficiente aprender a utilizar plataformas o sistemas específicos; también es necesario desarrollar capacidades críticas orientadas a evaluar calidad de

resultados y comprender posibles consecuencias derivadas de su aplicación.

Lassi y Videla (2025) sostienen que los desarrollos tecnológicos contemporáneos deben ser comprendidos mediante perspectivas integradoras capaces de relacionar dimensiones sociales, técnicas y culturales.

Desde esta perspectiva, la innovación sostenible depende no solamente de herramientas disponibles sino también de capacidades institucionales orientadas al aprendizaje continuo.

En consecuencia, la gestión responsable de información pública exige combinar tecnología con criterios éticos y procesos de supervisión humana. La velocidad y eficiencia pueden representar ventajas importantes, pero únicamente cuando se integran dentro de estructuras organizacionales comprometidas con calidad y responsabilidad comunicacional.

1.4 Comunicación digital y narrativas emergentes



La comunicación digital contemporánea se caracteriza por la presencia de entornos dinámicos donde las interacciones ocurren de manera simultánea mediante múltiples formatos y plataformas tecnológicas. A diferencia de modelos comunicacionales tradicionales basados principalmente en transmisión unidireccional de mensajes, los espacios digitales actuales permiten relaciones más complejas entre productores y receptores de contenidos.

La expansión de internet y el desarrollo de redes digitales modificaron significativamente los procesos de producción simbólica y circulación de información. Los usuarios dejaron de ocupar exclusivamente posiciones

pasivas y comenzaron a participar activamente mediante generación, modificación y distribución de contenidos.

La inteligencia artificial se incorpora a este escenario como una tecnología capaz de intervenir en diversos niveles del proceso comunicativo. Su presencia modifica formas de producción, estrategias de interacción y mecanismos utilizados para personalizar experiencias informativas.

López (2025) sostiene que las narrativas emergentes asociadas con inteligencia artificial representan una reconfiguración significativa de la comunicación social contemporánea. Estos cambios afectan estructuras narrativas, formatos de interacción y relaciones entre tecnología y producción cultural.

Las narrativas digitales contemporáneas integran recursos audiovisuales, interacción inmediata y procesos automatizados capaces de adaptar contenidos según características específicas de usuarios o audiencias.

La personalización constituye una de las transformaciones más visibles dentro de estos entornos.

Mediante análisis de comportamiento y procesamiento de datos, los sistemas inteligentes pueden adaptar mensajes a necesidades particulares de grupos o individuos.

Esta capacidad tecnológica permite generar experiencias comunicativas más cercanas y específicas; sin embargo, también produce desafíos importantes relacionados con diversidad informativa y construcción social de realidad.

La personalización de contenidos ha permitido que organizaciones y medios desarrollen estrategias más precisas para comunicarse con públicos específicos. Campañas educativas, procesos institucionales y proyectos comunicacionales pueden adaptar lenguaje, formato y recursos narrativos según características determinadas de sus audiencias. Esta posibilidad representa una ventaja importante porque facilita la construcción de mensajes potencialmente más relevantes y accesibles.

No obstante, la capacidad tecnológica para adaptar información también genera interrogantes relacionadas

con los límites entre personalización legítima y manipulación comunicacional. Gil y Presol (2026) señalan que la comunicación persuasiva apoyada por inteligencia artificial introduce desafíos éticos importantes debido a que los sistemas pueden influir sobre comportamientos y preferencias mediante estrategias altamente segmentadas.

Cuando los procesos de personalización funcionan sin criterios transparentes, pueden producir escenarios donde las personas reciben únicamente contenidos alineados con intereses previamente identificados. Este fenómeno puede limitar la diversidad informativa y reducir posibilidades de exposición a perspectivas distintas.

En términos sociales, estas dinámicas pueden favorecer procesos de fragmentación informativa y reforzar interpretaciones parciales de acontecimientos públicos.

La comunicación digital contemporánea también incorpora formatos narrativos híbridos donde texto, imagen, sonido y recursos interactivos se combinan

dentro de experiencias comunicacionales más complejas. La inteligencia artificial facilita producción y adaptación de estos formatos mediante herramientas capaces de generar materiales visuales, sintetizar voz o producir contenidos audiovisuales automáticamente.

Zambrano (2025) sostiene que las narrativas asociadas con inteligencia artificial están modificando significativamente la comunicación visual contemporánea. Los cambios actuales no afectan únicamente procedimientos técnicos de producción; también influyen sobre formas mediante las cuales las personas construyen significado e interpretan representaciones visuales.

En diseño gráfico y comunicación visual, por ejemplo, herramientas generativas permiten producir imágenes, ilustraciones y materiales creativos mediante instrucciones textuales relativamente simples. Ochoa et al. (2025) señalan que estas tecnologías están ampliando posibilidades productivas y modificando dinámicas tradicionales de creación.

Sin embargo, la facilidad técnica para generar contenidos visuales no elimina desafíos relacionados con autenticidad, representación y ética profesional.

La producción automatizada puede reproducir sesgos presentes dentro de datos utilizados durante entrenamiento de sistemas inteligentes. González et al. (2026) indican que ciertos modelos de inteligencia artificial pueden presentar problemas relacionados con representación visual desigual o generación de contenidos que reproducen estereotipos culturales existentes.

Estas situaciones poseen implicaciones importantes debido a que la comunicación visual participa activamente en construcción de imaginarios sociales y percepciones colectivas.

Otro aspecto relevante se relaciona con autoría y reconocimiento profesional dentro de procesos creativos mediados por inteligencia artificial. Tradicionalmente, la producción comunicacional se encontraba asociada con participación directa de

autores identificables responsables de decisiones estéticas y conceptuales.

La incorporación de sistemas generativos introduce escenarios donde múltiples actores participan indirectamente en producción de un mismo contenido. Programadores, diseñadores, usuarios y sistemas automatizados pueden intervenir simultáneamente en distintas etapas del proceso creativo.

Esta situación genera preguntas relacionadas con atribución de responsabilidades y reconocimiento de contribuciones específicas.

Cerna (2025) señala que el futuro de las profesiones creativas dependerá de la capacidad para desarrollar modelos de trabajo donde tecnología y criterio humano funcionen de manera complementaria.

La discusión actual no sugiere necesariamente desaparición de actividades creativas tradicionales; más bien propone una reorganización de funciones y competencias profesionales.

Asimismo, las narrativas emergentes plantean desafíos relacionados con verificación de contenidos y

credibilidad informativa. El desarrollo de tecnologías capaces de producir imágenes realistas, voces sintéticas y videos generados artificialmente incrementa dificultades asociadas con identificación de materiales auténticos.

La capacidad para producir contenidos visualmente convincentes puede facilitar procesos de desinformación cuando los usuarios carecen de herramientas suficientes para evaluar procedencia o confiabilidad de materiales compartidos.

Rodríguez y Borau (2025) sostienen que el contexto contemporáneo exige desarrollar capacidades relacionadas con pensamiento crítico y alfabetización mediática, debido a que los riesgos asociados con desinformación aumentan en entornos caracterizados por producción acelerada de contenidos.

En consecuencia, las instituciones y profesionales vinculados con comunicación enfrentan el desafío de desarrollar mecanismos orientados a fortalecer transparencia y confianza pública.

Documentar procesos de producción, informar sobre uso de inteligencia artificial y establecer protocolos de revisión representan algunas estrategias capaces de fortalecer credibilidad dentro de entornos digitales complejos.

Las narrativas emergentes no deben comprenderse únicamente como innovaciones tecnológicas; constituyen transformaciones culturales que modifican formas de interacción, producción simbólica y construcción colectiva de significado.

1.5 Productividad, creatividad y apropiación profesional

Uno de los argumentos más frecuentes asociados con incorporación de inteligencia artificial en actividades profesionales se relaciona con incremento de productividad. Las herramientas digitales actuales poseen capacidad para automatizar procesos repetitivos, reducir tiempos operativos y facilitar desarrollo de tareas que anteriormente requerían esfuerzos prolongados.



Dentro del ámbito comunicacional, estas posibilidades incluyen generación automática de textos, organización documental, traducción de contenidos, producción audiovisual y análisis de información. Su utilización permite liberar recursos y dedicar mayor tiempo a actividades estratégicas o creativas.

Sin embargo, comprender productividad exclusivamente como capacidad para producir mayor cantidad de resultados en menor tiempo constituye una interpretación limitada.

Hidalgo y Portas (2025) señalan que la apropiación tecnológica dentro de comunicación contemporánea debe analizarse considerando dimensiones relacionadas con calidad, creatividad y experiencia profesional.

La velocidad representa únicamente uno de los múltiples factores que intervienen dentro de procesos productivos.

Una herramienta puede generar contenidos rápidamente y, aun así, producir resultados insuficientes desde perspectivas relacionadas con contexto, sensibilidad cultural o precisión conceptual.

La productividad adquiere sentido cuando los procesos tecnológicos contribuyen efectivamente a mejorar calidad del trabajo y fortalecer capacidades profesionales.

La creatividad constituye otro aspecto frecuentemente asociado con debates contemporáneos sobre inteligencia artificial. Algunos discursos sostienen que las tecnologías emergentes podrían sustituir progresivamente actividades creativas tradicionalmente consideradas exclusivamente humanas.

No obstante, las investigaciones recientes muestran perspectivas más complejas. Ochoa et al. (2025) y Cerna (2025) indican que la inteligencia artificial puede ampliar

posibilidades expresivas y facilitar exploración de nuevas alternativas creativas.

La creatividad no depende únicamente de capacidad para producir contenidos; también involucra interpretación, experiencia, contexto y construcción de significado.

Las herramientas tecnológicas pueden generar propuestas visuales o textuales diversas, pero continúan dependiendo de decisiones humanas relacionadas con objetivos, criterios y valoración de resultados.

La apropiación profesional implica precisamente desarrollar capacidades orientadas a integrar herramientas tecnológicas dentro de procesos laborales sin perder autonomía intelectual.

Un profesional que utiliza inteligencia artificial de manera crítica no acepta automáticamente cualquier resultado generado; analiza información disponible, verifica contenidos y evalúa posibles consecuencias derivadas de decisiones automatizadas.

La apropiación tecnológica también exige procesos permanentes de aprendizaje. Las herramientas digitales

evolucionan constantemente y modifican funciones disponibles, formas de interacción y posibilidades de aplicación. Por ello, las competencias profesionales contemporáneas incluyen capacidad para adaptarse a nuevos escenarios y aprender continuamente.

1.6 Conclusiones del capítulo 1

El análisis desarrollado a lo largo de este capítulo permite reconocer que el ecosistema de inteligencia artificial en la comunicación representa un proceso de transformación profunda que afecta prácticas profesionales, dinámicas institucionales y formas de interacción social. A diferencia de cambios tecnológicos anteriores orientados principalmente a mejorar herramientas operativas, la inteligencia artificial introduce mecanismos capaces de intervenir directamente en procesos de producción, organización y circulación de información.

La expansión de sistemas algorítmicos ha modificado escenarios comunicacionales contemporáneos debido a que incorpora nuevas formas de mediación tecnológica dentro de actividades que

históricamente dependían principalmente de decisiones humanas. Esta situación produce oportunidades relevantes relacionadas con productividad, automatización y optimización de recursos; sin embargo, también plantea interrogantes sobre responsabilidad, transparencia y calidad informativa.

Uno de los principales aprendizajes derivados del análisis realizado consiste en comprender que la tecnología no constituye un elemento neutral ni completamente autónomo. Las herramientas de inteligencia artificial son diseñadas, entrenadas y utilizadas dentro de contextos sociales específicos; por esa razón, sus resultados pueden reflejar valores, limitaciones y decisiones presentes dentro de los procesos que participan en su construcción y aplicación.

Lassi y Videla (2025) sostienen que las tecnologías contemporáneas deben comprenderse como desarrollos sociotécnicos donde aspectos técnicos y dimensiones sociales mantienen relaciones permanentes de influencia mutua. Desde esta perspectiva, la inteligencia artificial no puede

interpretarse únicamente mediante criterios relacionados con eficiencia o innovación tecnológica.

La incorporación de sistemas inteligentes dentro de procesos comunicacionales exige considerar factores asociados con diversidad cultural, ética profesional y consecuencias sociales derivadas de decisiones automatizadas.

Otro aspecto importante identificado durante el desarrollo del capítulo se relaciona con la necesidad de diferenciar automatización y autonomía profesional. La capacidad tecnológica para ejecutar determinadas tareas de forma rápida no elimina la responsabilidad humana asociada con evaluación y validación de resultados.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden producir contenidos visuales, textos o análisis automatizados; sin embargo, la interpretación crítica y la valoración contextual continúan siendo funciones esenciales desarrolladas por profesionales de la comunicación.

Granados et al. (2025) señalan que el aprovechamiento adecuado de tecnologías emergentes depende de procesos de apropiación capaces de combinar innovación técnica con pensamiento crítico y responsabilidad social.

Esta idea adquiere especial relevancia debido a que la expansión tecnológica contemporánea ocurre dentro de contextos caracterizados por grandes volúmenes de información y circulación acelerada de contenidos.

La velocidad representa una ventaja importante dentro de procesos productivos actuales; no obstante, también puede convertirse en un riesgo cuando reemplaza procedimientos relacionados con verificación o análisis contextual.

La producción responsable de mensajes exige tiempo para evaluar fuentes, revisar contenidos y comprender efectos potenciales asociados con decisiones comunicacionales.

Peñañiel y Chavero (2025) indican que el desarrollo de inteligencia artificial aplicada a prácticas periodísticas

no elimina principios fundamentales relacionados con ética profesional y responsabilidad informativa.

En consecuencia, la innovación tecnológica debe integrarse dentro de estructuras institucionales orientadas a garantizar calidad y transparencia.

La discusión desarrollada también permitió reconocer que los procesos comunicacionales actuales dependen crecientemente de sistemas automatizados capaces de influir sobre visibilidad y circulación de contenidos.

Los algoritmos utilizados por plataformas digitales participan activamente en selección y recomendación de información mediante criterios que muchas veces permanecen poco visibles para usuarios y audiencias.

Esta situación puede producir beneficios asociados con personalización y acceso eficiente a contenidos relevantes; sin embargo, también puede favorecer procesos relacionados con fragmentación informativa o reproducción de sesgos existentes.

Rodríguez y Borau (2025) señalan que los desafíos contemporáneos vinculados con inteligencia artificial y

comunicación estratégica incluyen precisamente la necesidad de fortalecer transparencia y mecanismos orientados a disminuir riesgos asociados con desinformación.

El análisis realizado también permite concluir que la creatividad profesional no desaparece como consecuencia del desarrollo tecnológico. Por el contrario, diversos estudios muestran que las herramientas inteligentes pueden ampliar posibilidades expresivas y facilitar exploración de nuevas alternativas de producción.

Hidalgo y Portas (2025) sostienen que las tecnologías contemporáneas pueden fortalecer creatividad cuando son utilizadas como instrumentos de apoyo y no como sustitutos de pensamiento profesional.

La creatividad continúa dependiendo de capacidades humanas relacionadas con interpretación, experiencia y construcción de significado.

Las herramientas digitales pueden producir múltiples alternativas, pero las decisiones asociadas con

selección y valoración de resultados continúan requiriendo participación humana.

La apropiación profesional constituye otro elemento central identificado durante el desarrollo del capítulo. La disponibilidad creciente de tecnologías no garantiza automáticamente procesos adecuados de utilización.

La incorporación efectiva de herramientas inteligentes requiere formación continua, alfabetización digital y capacidad para comprender implicaciones derivadas de su aplicación.

El aprendizaje tecnológico contemporáneo debe superar enfoques exclusivamente instrumentales orientados al uso técnico de plataformas específicas. Resulta igualmente necesario desarrollar competencias relacionadas con análisis crítico, evaluación de resultados y comprensión de impactos sociales.

En términos generales, puede afirmarse que el principal desafío asociado con inteligencia artificial dentro del ámbito comunicacional no consiste únicamente en aprender a utilizar herramientas emergentes, sino en desarrollar criterios que permitan

decidir cuándo y bajo qué condiciones su implementación resulta apropiada.

La comunicación constituye una práctica social basada en confianza, interpretación y responsabilidad colectiva. En consecuencia, cualquier proceso de innovación tecnológica debe contribuir al fortalecimiento de estos principios fundamentales.

El capítulo permite concluir que el futuro de la comunicación no dependerá exclusivamente del desarrollo tecnológico ni de capacidades algorítmicas cada vez más sofisticadas. Su evolución estará determinada principalmente por la manera en que personas e instituciones decidan integrar tecnología con criterios éticos, responsabilidad profesional y compromiso social.

La inteligencia artificial puede ampliar capacidades humanas y fortalecer procesos comunicacionales; sin embargo, la legitimidad de sus resultados continuará dependiendo de decisiones humanas orientadas por valores, conocimiento y responsabilidad pública.

Con ello, el estudio del ecosistema de inteligencia artificial en comunicación deja de centrarse únicamente en herramientas y plataformas específicas para convertirse en una reflexión más amplia sobre la relación entre tecnología, sociedad y construcción de sentido en contextos contemporáneos complejos.

1.7 Evaluación del aprendizaje

1. ¿Qué caracteriza mejor a la comunicación algorítmica?

- A. El reemplazo total de los comunicadores por máquinas.
- B. La mediación de procesos comunicativos mediante sistemas que clasifican, recomiendan o generan información.
- C. La desaparición de los medios tradicionales.
- D. El uso exclusivo de redes sociales para informar.

2. ¿Cuál es un uso responsable de la IA en la gestión de información pública?

- A. Publicar datos sin verificar porque fueron resumidos por una IA.

B. Delegar toda decisión editorial a un modelo automático.

C. Usar IA para organizar documentos manteniendo trazabilidad y revisión humana.

D. Ocultar el uso de herramientas algorítmicas.

3. ¿Por qué la productividad con IA debe evaluarse más allá de la velocidad?

A. Porque la rapidez no garantiza calidad, contexto ni responsabilidad.

B. Porque la velocidad siempre reduce costos legales.

C. Porque la IA impide crear contenidos largos.

D. Porque los usuarios prefieren procesos lentos.

4. ¿Qué riesgo aparece cuando se automatiza la curaduría de contenidos?

A. Que se eliminen todos los sesgos humanos.

B. Que se refuercen patrones de visibilidad sin explicar por qué ciertos contenidos aparecen primero.

C. Que desaparezca la necesidad de audiencias.

D. Que todos los mensajes tengan la misma interpretación.

5. ¿Qué competencia resulta central para comunicadores en entornos con IA?

A. Memorizar comandos sin comprender su propósito.

B. Aceptar sin crítica toda salida generada.

C. Formular problemas comunicacionales, evaluar resultados y documentar decisiones.

D. Evitar toda herramienta digital.

6. ¿Qué diferencia una herramienta asistiva de una decisión automatizada?

A. La herramienta asistiva apoya una decisión humana; la decisión automatizada ejecuta criterios con menor intervención directa.

B. No existe ninguna diferencia práctica.

C. La decisión automatizada siempre es ética.

D. La herramienta asistiva solo sirve para diseño gráfico.

7. ¿Cuál es un indicador de buena apropiación profesional de IA?

- A. Uso experimental sin objetivos.
- B. Integración con protocolos, revisión y aprendizaje del equipo.
- C. Dependencia absoluta de una sola plataforma.
- D. Ausencia de documentación.

8. ¿Qué debe evitarse al introducir IA en medios?

- A. Capacitación del personal.
- B. Políticas de transparencia.
- C. Publicar material sintético sin identificación ni verificación.
- D. Evaluación de impactos.

9. ¿Qué aporta la IA a las narrativas digitales?

- A. Solo elimina formatos tradicionales.
- B. Permite nuevas combinaciones de texto, imagen, datos e interacción.
- C. Impide personalizar experiencias.
- D. Hace innecesario conocer a las audiencias.

10. ¿Cuál es el criterio más importante al usar IA para resumir información pública?

- A. Que el resumen sea breve aunque omita evidencia.

B. Que conserve fidelidad, contexto y posibilidad de revisar las fuentes.

C. Que oculte los documentos originales.

D. Que elimine toda participación humana.

1.8 Respuestas y razonamientos

1. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La comunicación algorítmica se caracteriza por la participación de sistemas capaces de clasificar, recomendar o generar contenidos dentro de procesos comunicacionales. No implica la sustitución completa de profesionales.

2. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La gestión responsable de información requiere trazabilidad, supervisión humana y procesos de verificación que permitan mantener transparencia y confianza institucional.

3. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La velocidad representa una ventaja operativa, pero no garantiza precisión, contexto, calidad ni responsabilidad profesional.

4. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: Los algoritmos pueden reforzar dinámicas de visibilidad poco transparentes, favoreciendo determinados contenidos sin explicar completamente los criterios utilizados.

5. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: Las competencias actuales exigen pensamiento crítico, capacidad de evaluación y toma de decisiones fundamentadas, más allá del simple uso técnico de herramientas.

6. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: Una herramienta asistiva apoya procesos humanos de decisión; una automatización ejecuta criterios con menor intervención directa.

7. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La apropiación tecnológica responsable implica integrar herramientas dentro de procesos estructurados con protocolos, aprendizaje y evaluación continua.

8. Respuesta correcta: E.

Razonamiento: La publicación de contenidos generados artificialmente sin identificación o

verificación puede afectar credibilidad y confianza pública.

9. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La inteligencia artificial amplía posibilidades narrativas mediante integración de formatos diversos e interacción adaptativa.

10. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La utilidad de un resumen automatizado depende de conservar fidelidad al contenido original y permitir la revisión de fuentes utilizadas.

Capítulo 2: Ética, sesgos, regulación y derechos

Objetivos de aprendizaje

- Explicar por qué la ética comunicacional no se sustituye por la eficiencia técnica.
- Identificar sesgos, opacidad, desinformación y afectaciones a la libertad de expresión.
- Proponer criterios de gobernanza responsable para proyectos comunicacionales con IA.

2.1 Introducción del capítulo 2

La incorporación de inteligencia artificial dentro de procesos comunicacionales ha generado transformaciones que exceden el ámbito estrictamente tecnológico y alcanzan dimensiones relacionadas con organización social, producción simbólica y responsabilidad institucional. Durante los últimos años, herramientas capaces de generar textos, analizar datos, clasificar información y automatizar procedimientos se han incorporado progresivamente a actividades desarrolladas por medios, organizaciones, instituciones educativas y espacios de comunicación pública.

Estas transformaciones modifican ritmos de trabajo y formas de interacción profesional, pero también producen interrogantes sobre legitimidad, transparencia y consecuencias derivadas de decisiones apoyadas por sistemas algorítmicos. Ramírez (2025) y Grandi y Larrondo (2025) sostienen que la inteligencia artificial debe comprenderse como un factor capaz de reorganizar prácticas comunicativas y alterar dinámicas

tradicionales relacionadas con producción y circulación de contenidos.

Las primeras discusiones asociadas con inteligencia artificial estuvieron orientadas principalmente hacia aspectos vinculados con eficiencia, productividad y automatización de tareas. En ese contexto, gran parte del interés se concentró en identificar beneficios operativos relacionados con reducción de tiempos, incremento de capacidad de procesamiento y optimización de actividades repetitivas.

Sin embargo, el desarrollo reciente de tecnologías generativas ha desplazado parte del debate hacia preguntas más complejas relacionadas con responsabilidad social, impacto cultural y protección de derechos fundamentales. Nunes y Nunes (2025) y González et al. (2026) indican que la expansión de herramientas inteligentes obliga a reconsiderar procesos de supervisión y mecanismos orientados a justificar decisiones que afectan personas, instituciones y comunidades.

La comunicación constituye una práctica social que no se limita a transmitir información entre emisores y receptores. Los mensajes participan activamente en procesos de construcción de identidades, formación de opiniones y establecimiento de relaciones sociales. Debido a ello, las tecnologías que intervienen dentro de procesos comunicacionales también influyen sobre formas de representación y mecanismos mediante los cuales distintos grupos acceden a espacios de participación pública.

Sánchez y Paradinas (2025) y Méndez (2025) señalan que las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas y productivas, aunque también incrementan la necesidad de revisar aspectos relacionados con sesgos, fuentes de información, permisos y efectos sociales derivados de su utilización.

La incorporación de sistemas inteligentes también ha generado nuevas preocupaciones relacionadas con opacidad algorítmica y capacidad para explicar resultados producidos mediante procesos automatizados. Muchos sistemas contemporáneos

poseen estructuras complejas cuya lógica interna puede resultar difícil de interpretar incluso para usuarios especializados.

Esta situación adquiere especial importancia cuando las decisiones producidas mediante inteligencia artificial afectan procesos relacionados con acceso a información, visibilidad pública o representación de determinados grupos sociales. Polledo-Zulueta (2025) y de Frutos (2025) sostienen que la adopción responsable de inteligencia artificial requiere mecanismos de gobernanza capaces de fortalecer transparencia y facilitar procesos de revisión institucional.

El propósito de este capítulo consiste en analizar las principales dimensiones éticas y sociales asociadas con incorporación de inteligencia artificial dentro de contextos comunicacionales contemporáneos. Se abordarán temas relacionados con principios éticos, sesgos algorítmicos, libertad de expresión, desinformación, regulación y mecanismos institucionales orientados a fortalecer procesos responsables de implementación tecnológica.

El objetivo central no consiste únicamente en comprender cómo funcionan determinadas herramientas, sino desarrollar criterios que permitan evaluar sus implicaciones y construir prácticas comunicacionales capaces de integrar innovación tecnológica con responsabilidad social. Vega-Reinel et al. (2025) y Zegarra (2025) sostienen que la discusión actual sobre inteligencia artificial requiere desplazar la atención desde capacidades técnicas aisladas hacia análisis más amplios relacionados con legitimidad y confianza pública.

2.2 Principios éticos para comunicar con IA



La incorporación de inteligencia artificial dentro de procesos comunicacionales ha incrementado el interés por desarrollar marcos éticos capaces de orientar decisiones profesionales e

institucionales. Aunque las herramientas tecnológicas poseen capacidad para optimizar actividades relacionadas con producción y gestión de contenidos, su utilización no puede analizarse exclusivamente mediante criterios de eficiencia o productividad. La comunicación implica relaciones humanas, circulación de significados y construcción de confianza social, por lo que las decisiones asociadas con el uso de tecnologías emergentes producen efectos que trascienden dimensiones puramente operativas. Grandi y Larrondo (2025) sostienen que las transformaciones recientes asociadas con inteligencia artificial requieren analizar simultáneamente aspectos técnicos y responsabilidades sociales debido a que las tecnologías participan activamente en la organización de procesos comunicativos contemporáneos.

Uno de los principios más relevantes dentro de la discusión ética actual corresponde a la responsabilidad profesional. La inteligencia artificial puede apoyar procesos relacionados con clasificación documental, producción de borradores, análisis de información o

generación de contenidos; sin embargo, la responsabilidad sobre las decisiones finales continúa dependiendo de personas e instituciones que utilizan estas herramientas. Delegar completamente decisiones comunicacionales a sistemas automatizados puede generar situaciones donde errores o sesgos pasen desapercibidos debido a una percepción equivocada de objetividad tecnológica. Nunes y Nunes (2025) señalan que los sistemas inteligentes pueden incrementar capacidad operativa, pero no sustituyen procesos relacionados con juicio crítico, deliberación ética y evaluación contextual.

La transparencia constituye otro principio esencial para garantizar confianza dentro de entornos comunicacionales mediados por inteligencia artificial. La utilización de herramientas automatizadas requiere mecanismos que permitan informar de manera suficiente cuándo, cómo y con qué propósito se implementan determinados sistemas tecnológicos. La transparencia no implica revelar información técnica excesivamente especializada; su objetivo principal

consiste en proporcionar elementos suficientes para comprender procedimientos utilizados y facilitar procesos de evaluación posteriores. González et al. (2026) sostienen que la falta de transparencia puede dificultar procesos de rendición de cuentas y generar incertidumbre sobre la legitimidad de decisiones producidas mediante sistemas algorítmicos.

La explicabilidad también ocupa una posición importante dentro de las discusiones contemporáneas sobre inteligencia artificial aplicada a comunicación. Los sistemas automatizados adquieren mayor legitimidad cuando las organizaciones poseen capacidad para explicar razonablemente los criterios asociados con sus resultados. La ausencia de explicaciones suficientes puede afectar niveles de confianza pública y dificultar la identificación de errores relacionados con funcionamiento de herramientas tecnológicas. Sánchez y Paradinas (2025) indican que los modelos contemporáneos de inteligencia artificial presentan desafíos importantes relacionados con interpretación de

resultados y comprensión de procesos internos utilizados durante la generación de respuestas.

Asimismo, el consentimiento y la protección de datos representan componentes fundamentales dentro de una comunicación responsable apoyada por inteligencia artificial. Muchas herramientas digitales requieren procesamiento de información personal o interacción con contenidos producidos por usuarios. En consecuencia, las organizaciones deben establecer mecanismos orientados a garantizar utilización responsable de información y respeto por derechos relacionados con privacidad y protección de datos personales. Méndez (2025) señala que la adopción tecnológica sostenible depende de la capacidad institucional para establecer políticas claras relacionadas con recopilación, almacenamiento y utilización de información sensible.

2.3 Sesgo algorítmico, igualdad y representación



El desarrollo reciente de herramientas basadas en inteligencia artificial ha incrementado las posibilidades de automatización y análisis de información; sin embargo, también ha

evidenciado problemas relacionados con sesgos presentes dentro de los sistemas utilizados para generar resultados. Los algoritmos no producen respuestas completamente neutrales ni operan al margen de condiciones sociales existentes, debido a que dependen de datos de entrenamiento y criterios de diseño desarrollados por personas e instituciones.

En consecuencia, las tecnologías pueden reproducir desigualdades previamente existentes y trasladarlas hacia procesos automatizados aparentemente objetivos. Nunes y Nunes (2025) sostienen que las tecnologías inteligentes deben analizarse desde perspectivas

vinculadas con igualdad y justicia debido a que los resultados producidos pueden afectar distintos grupos sociales de manera diferenciada.

El sesgo algorítmico puede comprenderse como una distorsión sistemática que aparece cuando determinados sistemas producen resultados desproporcionados o representaciones injustas relacionadas con personas, comunidades o categorías sociales específicas.

Este fenómeno puede originarse en diferentes etapas del proceso tecnológico, incluyendo selección de datos, construcción de modelos o definición de parámetros utilizados durante el entrenamiento de sistemas inteligentes.

González et al. (2026) señalan que algunos modelos contemporáneos presentan problemas relacionados con representación visual desigual y reproducción de estereotipos asociados con género, origen étnico o características culturales determinadas.

La presencia de sesgos dentro de sistemas automatizados adquiere especial importancia en el

ámbito comunicacional debido a que los mensajes participan activamente en la construcción de imaginarios sociales. La comunicación no solamente transmite información; también produce representaciones mediante las cuales las personas interpretan realidades, construyen identidades y desarrollan percepciones sobre otros grupos o comunidades.

Cuando una herramienta tecnológica genera representaciones parciales o reproduce estereotipos existentes, puede fortalecer mecanismos de exclusión o desigualdad social. Vega-Reinel et al. (2025) sostienen que el uso responsable de inteligencia artificial requiere procesos permanentes orientados a identificar efectos sociales diferenciados derivados de su implementación.

Otro elemento relevante asociado con sesgo algorítmico se relaciona con los datos utilizados durante procesos de entrenamiento. Los sistemas inteligentes aprenden patrones a partir de información previamente disponible; por esa razón, cualquier limitación o

desequilibrio presente dentro de dichos conjuntos de datos puede afectar resultados posteriores.

Si determinados grupos aparecen escasamente representados o si las fuentes utilizadas contienen errores sistemáticos, las respuestas generadas por los modelos pueden reproducir esas mismas limitaciones. Lopes et al. (2025) indican que las decisiones algorítmicas no deben interpretarse como procesos completamente automáticos e independientes del contexto social debido a que reflejan características presentes dentro de los datos utilizados para construir sistemas tecnológicos.

La discusión sobre igualdad y representación también involucra aspectos relacionados con diversidad cultural y sensibilidad contextual. Las tecnologías desarrolladas en determinados entornos sociales pueden presentar dificultades cuando son aplicadas en contextos culturales distintos o cuando interactúan con comunidades cuyas características no estuvieron suficientemente representadas durante procesos de diseño.

Polledo-Zulueta (2025) señala que una comunicación responsable apoyada por inteligencia artificial requiere reconocer diferencias culturales y evitar modelos universales que ignoren particularidades sociales relevantes.

La reducción de riesgos asociados con sesgos algorítmicos requiere estrategias institucionales orientadas a fortalecer procesos de revisión y evaluación permanente. Entre las medidas más frecuentes se encuentran auditorías de sistemas, análisis de representatividad de datos y mecanismos de supervisión humana capaces de identificar posibles efectos discriminatorios antes de que produzcan consecuencias relevantes.

Zegarra (2025) sostiene que la adopción ética de inteligencia artificial depende de la capacidad institucional para desarrollar procesos continuos de aprendizaje y revisión crítica que permitan corregir errores y fortalecer prácticas responsables.

2.4 Libertad de expresión y desinformación



La relación entre inteligencia artificial, libertad de expresión y circulación de información constituye uno de los temas más relevantes dentro de los debates contemporáneos sobre comunicación

digital. La expansión de herramientas capaces de producir textos, imágenes, videos y otros contenidos automatizados ha incrementado las posibilidades de participación y acceso a procesos comunicacionales; sin embargo, también ha generado nuevas preocupaciones relacionadas con manipulación informativa, difusión de contenidos falsos y alteración de dinámicas asociadas con el debate público. Grandi y Larrondo (2025) señalan que la incorporación de inteligencia artificial dentro de procesos comunicativos exige analizar cuidadosamente sus implicaciones sobre derechos fundamentales y

mecanismos relacionados con participación democrática.

La libertad de expresión representa un derecho esencial dentro de sociedades democráticas debido a que permite intercambiar ideas, construir posiciones críticas y favorecer la diversidad de opiniones dentro del espacio público. No obstante, la aparición de tecnologías capaces de amplificar mensajes de manera automatizada ha modificado significativamente las condiciones mediante las cuales circula la información contemporánea. La tecnología posee capacidad para ampliar oportunidades de participación y facilitar acceso a contenidos diversos, pero también puede convertirse en un instrumento utilizado para vigilancia, manipulación o control de narrativas públicas. De Frutos (2025) sostiene que la construcción de una ciudadanía digital responsable requiere mecanismos capaces de equilibrar innovación tecnológica con protección de derechos y fortalecimiento de prácticas comunicacionales sostenibles.

Uno de los principales desafíos asociados con inteligencia artificial se relaciona con la producción y circulación de contenidos sintéticos. Las herramientas generativas contemporáneas permiten producir materiales visuales, sonoros y textuales con niveles crecientes de realismo, lo que dificulta distinguir entre contenidos auténticos y materiales creados artificialmente. Esta situación adquiere especial relevancia dentro de contextos políticos, periodísticos o educativos donde la credibilidad de la información posee efectos importantes sobre decisiones individuales y colectivas. Zegarra (2025) señala que la utilización inadecuada de tecnologías generativas puede producir escenarios donde la confianza pública disminuye debido a dificultades para identificar procedencia y autenticidad de contenidos compartidos.

La desinformación no constituye un fenómeno completamente nuevo; sin embargo, las herramientas contemporáneas basadas en inteligencia artificial poseen capacidad para incrementar velocidad, alcance y sofisticación de procesos relacionados con difusión de

contenidos engañosos. Los sistemas automatizados pueden producir mensajes adaptados a públicos específicos y replicarlos rápidamente mediante plataformas digitales y redes sociales. Esta capacidad tecnológica puede favorecer procesos de manipulación orientados a reforzar creencias preexistentes o alterar percepciones relacionadas con acontecimientos sociales relevantes. Lopes et al. (2025) sostienen que las tecnologías emergentes generan nuevos desafíos relacionados con ética comunicacional debido a que los procesos automatizados poseen capacidad para influir sobre opiniones y comportamientos mediante estrategias cada vez más personalizadas.

Otro aspecto relevante corresponde a los mecanismos automatizados utilizados por plataformas digitales para moderar contenidos y administrar información disponible para usuarios. Muchas plataformas emplean algoritmos capaces de identificar determinados materiales considerados inapropiados o potencialmente problemáticos; sin embargo, estos sistemas pueden presentar dificultades relacionadas

con interpretación contextual o reconocimiento adecuado de significados culturales específicos. Como consecuencia, algunos contenidos legítimos pueden ser restringidos incorrectamente, mientras otros materiales problemáticos pueden permanecer visibles dentro de espacios digitales. Polledo-Zulueta (2025) señala que los mecanismos automatizados de moderación requieren procesos de supervisión humana debido a que los contextos comunicacionales presentan niveles de complejidad que difícilmente pueden ser interpretados únicamente mediante patrones estadísticos.

La reducción de riesgos asociados con desinformación y afectaciones a la libertad de expresión requiere estrategias institucionales orientadas a fortalecer alfabetización mediática, verificación de contenidos y mecanismos transparentes relacionados con utilización de tecnologías emergentes. La educación crítica y el desarrollo de competencias orientadas a evaluar información constituyen herramientas importantes para enfrentar desafíos asociados con entornos digitales complejos. Ramírez (2025) sostiene

que la discusión ética contemporánea sobre inteligencia artificial no puede limitarse a prohibiciones o soluciones exclusivamente técnicas; también requiere fortalecer capacidades sociales capaces de promover responsabilidad, pensamiento crítico y compromiso con procesos comunicacionales confiables.

2.5 Regulación, cumplimiento y cultura institucional



La expansión de herramientas basadas en inteligencia artificial ha generado la necesidad de desarrollar marcos regulatorios y mecanismos

institucionales capaces de orientar su implementación dentro de distintos contextos sociales. El crecimiento acelerado de tecnologías generativas y sistemas automatizados ha permitido ampliar capacidades productivas y transformar procesos comunicacionales;

sin embargo, también ha producido escenarios donde aparecen interrogantes relacionadas con responsabilidad, protección de derechos y límites asociados con decisiones mediadas por algoritmos.

La discusión actual reconoce que el desarrollo tecnológico no puede depender exclusivamente de capacidades técnicas disponibles, sino que requiere estructuras capaces de establecer principios y criterios orientados a garantizar un uso responsable. Grandi y Larrondo (2025) sostienen que la incorporación de inteligencia artificial exige revisar aspectos relacionados con derechos humanos, libertad de expresión y responsabilidades institucionales derivadas de su utilización.

La regulación asociada con inteligencia artificial no debe comprenderse únicamente como un conjunto de normas orientadas a restringir actividades tecnológicas. Su propósito principal consiste en establecer condiciones que permitan desarrollar procesos de innovación compatibles con principios éticos y mecanismos de protección social. Las regulaciones

contemporáneas buscan definir responsabilidades, promover transparencia y garantizar que las decisiones automatizadas puedan ser comprendidas y evaluadas por personas afectadas por sus resultados.

Sánchez y Paradinas (2025) indican que las nuevas discusiones normativas relacionadas con inteligencia artificial buscan generar marcos capaces de equilibrar desarrollo tecnológico con procesos de protección ciudadana y responsabilidad institucional.

Un aspecto importante dentro de los procesos regulatorios corresponde al cumplimiento institucional. La existencia de normas o lineamientos generales no garantiza automáticamente comportamientos responsables dentro de organizaciones o medios de comunicación. Las instituciones requieren mecanismos internos que permitan traducir principios generales en procedimientos específicos aplicables a situaciones reales.

Estos mecanismos pueden incluir protocolos relacionados con uso de datos, criterios para revisión de contenidos generados automáticamente y procesos de

auditoría orientados a identificar riesgos potenciales antes de que produzcan consecuencias relevantes. Méndez (2025) señala que las organizaciones necesitan estructuras permanentes de evaluación y supervisión debido a que la responsabilidad tecnológica depende tanto de decisiones individuales como de dinámicas institucionales.

Otro elemento central corresponde a la construcción de culturas organizacionales capaces de integrar tecnología con responsabilidad social. Las transformaciones contemporáneas asociadas con inteligencia artificial requieren procesos continuos de aprendizaje y adaptación debido a que herramientas y escenarios tecnológicos cambian rápidamente.

Una institución comprometida con uso responsable de inteligencia artificial no se limita únicamente a incorporar plataformas o aplicaciones nuevas; también desarrolla capacidades relacionadas con pensamiento crítico, evaluación de riesgos y aprendizaje permanente. Polledo-Zulueta (2025) sostiene que la sostenibilidad tecnológica depende de culturas organizacionales

capaces de revisar prácticas existentes y ajustar decisiones según efectos observados durante procesos de implementación.

La construcción de una cultura institucional responsable también requiere mecanismos orientados a fortalecer transparencia y trazabilidad. Las organizaciones que incorporan inteligencia artificial dentro de actividades comunicacionales deben establecer procedimientos capaces de documentar decisiones y justificar criterios utilizados durante procesos automatizados. La documentación adecuada permite identificar posibles errores, comprender resultados y facilitar procesos posteriores de revisión o corrección.

Vega-Reinel et al. (2025) señalan que la utilización ética de tecnologías emergentes requiere mecanismos que permitan explicar cómo se desarrollan determinados procesos y cuáles fueron las razones asociadas con decisiones adoptadas.

Asimismo, la cultura institucional relacionada con inteligencia artificial debe incorporar procesos de

capacitación orientados a fortalecer competencias profesionales dentro de equipos de trabajo. La incorporación de nuevas tecnologías genera cambios en funciones laborales y modifica habilidades requeridas dentro de distintos espacios organizacionales.

En consecuencia, resulta necesario desarrollar programas orientados a fortalecer capacidades técnicas y criterios éticos relacionados con uso responsable de herramientas emergentes. Ramírez (2025) sostiene que la formación continua constituye uno de los principales factores asociados con adopción tecnológica sostenible debido a que permite reducir riesgos derivados de dependencia excesiva o utilización inadecuada de sistemas automatizados.

En términos generales, la regulación y el cumplimiento institucional deben entenderse como procesos complementarios orientados a construir condiciones que permitan desarrollar innovación tecnológica responsable. Las normas establecen principios generales y límites necesarios; sin embargo, las prácticas institucionales determinan la manera en

que esos principios se transforman en acciones concretas dentro de contextos reales. La construcción de entornos comunicacionales responsables dependerá de la capacidad institucional para integrar tecnología, ética y aprendizaje continuo dentro de estructuras organizadas y transparentes.

2.6 Conclusiones del capítulo 2

El desarrollo de este capítulo permite comprender que las discusiones contemporáneas sobre inteligencia artificial no pueden limitarse únicamente a aspectos relacionados con capacidad técnica o incremento de productividad. Aunque las herramientas inteligentes ofrecen posibilidades importantes para optimizar procesos y ampliar capacidades comunicacionales, su incorporación también produce efectos sobre derechos, relaciones sociales y formas de participación pública.

Las tecnologías contemporáneas intervienen cada vez más en actividades relacionadas con producción de contenidos, organización de información y toma de decisiones; por esa razón, sus implicaciones deben

analizarse considerando responsabilidades éticas y consecuencias derivadas de su utilización.

Ramírez (2025) sostiene que la inteligencia artificial no sustituye la necesidad de principios éticos debido a que las tecnologías carecen de capacidades autónomas para determinar fines legítimos o evaluar implicaciones sociales derivadas de sus resultados.

Uno de los principales elementos identificados durante el desarrollo del capítulo corresponde a la necesidad de comprender que eficiencia tecnológica y responsabilidad social no representan dimensiones opuestas.

Durante mucho tiempo, parte de las discusiones asociadas con innovación tecnológica se concentró principalmente en velocidad y automatización; sin embargo, las investigaciones recientes muestran que la incorporación responsable de inteligencia artificial depende también de procesos relacionados con transparencia, explicabilidad y rendición de cuentas.

Nunes y Nunes (2025) señalan que el uso responsable de sistemas inteligentes requiere

mecanismos orientados a garantizar igualdad y evitar efectos negativos sobre grupos o comunidades potencialmente vulnerables.

El análisis realizado también permite reconocer que los sistemas algorítmicos no operan completamente al margen de contextos sociales y culturales. Los algoritmos aprenden patrones a partir de datos previamente existentes; por ello, pueden reproducir sesgos y desigualdades presentes dentro de las fuentes utilizadas durante procesos de entrenamiento.

Esta situación adquiere especial relevancia dentro del ámbito comunicacional debido a que los mensajes influyen sobre formas de representación y construcción de imaginarios colectivos. González et al. (2026) sostienen que algunos sistemas contemporáneos pueden reproducir estereotipos o representaciones desiguales cuando los procesos de diseño y entrenamiento no consideran adecuadamente diversidad y contexto social.

Otro aspecto importante identificado durante el capítulo corresponde a los desafíos asociados con

libertad de expresión y circulación de información dentro de entornos digitales mediados por inteligencia artificial.

La capacidad tecnológica para generar contenidos sintéticos y amplificar mensajes mediante procesos automatizados puede ampliar posibilidades de acceso y participación; sin embargo, también puede facilitar dinámicas relacionadas con desinformación, manipulación y disminución de confianza pública. De Frutos (2025) señala que la construcción de espacios comunicacionales sostenibles requiere mecanismos orientados a fortalecer ciudadanía crítica y participación responsable dentro de ecosistemas digitales cada vez más complejos.

Asimismo, la discusión sobre regulación y cumplimiento institucional permitió identificar que las tecnologías emergentes requieren estructuras organizacionales capaces de traducir principios generales en prácticas concretas. La existencia de normas aisladas resulta insuficiente cuando las instituciones no poseen mecanismos internos

relacionados con revisión, documentación y aprendizaje continuo.

Méndez (2025) sostiene que la responsabilidad tecnológica depende de la capacidad institucional para establecer procesos permanentes de evaluación y desarrollar culturas organizacionales orientadas a fortalecer transparencia y mejora continua.

Finalmente, puede afirmarse que aprender a comunicar con inteligencia artificial implica desarrollar capacidades que superan el manejo técnico de herramientas específicas. El desafío principal consiste en construir criterios que permitan evaluar consecuencias, justificar decisiones y reconocer efectos asociados con procesos automatizados.

Vega-Reinel et al. (2025) y Zegarra (2025) señalan que la adopción responsable de inteligencia artificial requiere una combinación entre conocimiento técnico, sensibilidad ética y compromiso social. En consecuencia, la innovación tecnológica adquiere verdadero valor cuando fortalece capacidades humanas

y contribuye a desarrollar prácticas comunicacionales más transparentes, inclusivas y responsables.

2.7 Evaluación del aprendizaje

2.8 Evaluación del aprendizaje

¿Por qué la ética continúa siendo necesaria aunque existan sistemas avanzados de inteligencia artificial?

A. Porque la ética solo aplica a medios impresos tradicionales.

B. Porque la inteligencia artificial sustituye completamente decisiones humanas.

C. Porque la tecnología no determina por sí sola fines legítimos ni responsabilidades sociales.

D. Porque las leyes prohíben el uso de inteligencia artificial.

E. Porque la automatización elimina toda posibilidad de error.

¿Qué significa transparencia en procesos comunicacionales mediados por inteligencia artificial?

- A. Revelar únicamente información técnica compleja.
- B. Ocultar procesos para evitar cuestionamientos públicos.
- C. Garantizar ausencia absoluta de errores tecnológicos.
- D. Explicar de manera suficiente cuándo, cómo y con qué propósito se utilizó inteligencia artificial.
- E. Eliminar procesos de supervisión humana.

¿Qué situación representa un ejemplo de sesgo algorítmico?

- A. Un sistema que organiza archivos por fecha.
- B. Una herramienta que corrige errores ortográficos.
- C. Un modelo que representa repetidamente ciertos grupos mediante estereotipos.
- D. Una base de datos revisada por especialistas.
- E. Una plataforma que almacena información digital.

¿Por qué los datos utilizados durante el entrenamiento de sistemas inteligentes son importantes?

- A. Porque eliminan automáticamente toda desigualdad social.
- B. Porque determinan patrones que pueden influir sobre

resultados posteriores.

C. Porque reducen completamente la necesidad de supervisión.

D. Porque impiden errores algorítmicos.

E. Porque reemplazan procesos éticos institucionales.

¿Qué relación existe entre inteligencia artificial y libertad de expresión?

A. La inteligencia artificial elimina completamente derechos fundamentales.

B. La libertad de expresión solo existe fuera de entornos digitales.

C. La tecnología puede ampliar participación, pero también facilitar vigilancia o manipulación.

D. Los algoritmos no afectan circulación de información.

E. La inteligencia artificial elimina procesos comunicacionales.

¿Qué práctica contribuye a reducir riesgos asociados con desinformación sintética?

A. Publicar contenidos antes de verificarlos.

B. Eliminar toda supervisión humana.

C. Utilizar únicamente información anónima.

D. Verificar fuentes, identificar contenidos sintéticos y contrastar información.

E. Evitar procesos de auditoría.

¿Cuál es un principio fundamental dentro de una política institucional relacionada con inteligencia artificial?

A. Eliminar protocolos de documentación.

B. Utilizar cualquier herramienta disponible sin restricciones.

C. Incorporar criterios de transparencia, revisión y responsabilidades definidas.

D. Sustituir completamente procesos humanos.

E. Evitar capacitación tecnológica.

¿Qué problema genera la opacidad algorítmica?

A. Facilita comprensión de decisiones automatizadas.

B. Reduce la necesidad de evaluación institucional.

C. Dificulta comprender, revisar o cuestionar resultados producidos por sistemas automatizados.

D. Elimina procesos de desinformación.

E. Impide almacenamiento digital.

¿Qué relación existe entre regulación y ética en inteligencia artificial?

- A. La regulación elimina completamente la necesidad de ética.
- B. La ética solamente funciona cuando existen sanciones legales.
- C. La regulación y la ética no poseen relación alguna.
- D. La ética orienta decisiones incluso cuando las normas todavía resultan insuficientes.
- E. Ambas impiden innovación tecnológica.

¿Cuál representa una característica de una cultura institucional responsable frente a inteligencia artificial?

- A. Dependencia absoluta de herramientas automatizadas.
- B. Eliminación de procesos de aprendizaje organizacional.
- C. Uso experimental sin objetivos definidos.
- D. Aprendizaje continuo, supervisión y documentación de procesos.
- E. Sustitución completa del criterio profesional.

2.9 Respuestas y razonamientos

1. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La inteligencia artificial puede apoyar decisiones y automatizar procesos, pero no posee capacidad autónoma para determinar principios éticos o fines socialmente legítimos.

2. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La transparencia implica proporcionar información suficiente que permita comprender cuándo y con qué propósito se utilizó inteligencia artificial.

3. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: El sesgo algorítmico ocurre cuando sistemas automatizados producen representaciones o resultados injustos relacionados con determinados grupos sociales.

4. Respuesta correcta: B.

Razonamiento: Los sistemas aprenden patrones a partir de datos disponibles; por ello, cualquier limitación o desequilibrio puede influir sobre resultados posteriores.

5. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La inteligencia artificial puede ampliar acceso y participación, pero también puede facilitar vigilancia, manipulación o restricción de información.

6. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La verificación de fuentes y la identificación de contenidos generados artificialmente contribuyen a fortalecer confianza pública y reducir riesgos de desinformación.

7. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: Las políticas institucionales responsables requieren procesos claros relacionados con transparencia, supervisión y definición de responsabilidades.

8. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La opacidad algorítmica dificulta comprender y cuestionar decisiones producidas mediante sistemas automatizados.

9. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: La ética permite orientar decisiones y evaluar situaciones donde las normas legales todavía presentan limitaciones o vacíos.

10. Respuesta correcta: D.

Razonamiento: Una cultura institucional responsable incorpora aprendizaje continuo, evaluación permanente y mecanismos de documentación y supervisión.

Capítulo 3: Aplicaciones en periodismo, organizaciones, política y publicidad

Objetivos de aprendizaje

- Evaluar usos concretos de IA en noticias, campañas, comunicación estratégica y publicidad.
- Diferenciar personalización legítima de manipulación informativa o persuasión opaca.
- Diseñar criterios de implementación para equipos de comunicación profesional.

3.1 Introducción del capítulo 3

La incorporación de inteligencia artificial dentro de ámbitos relacionados con periodismo, comunicación organizacional, campañas políticas y publicidad constituye una de las transformaciones más relevantes dentro de los procesos comunicacionales contemporáneos. Durante los últimos años, las herramientas digitales han dejado de funcionar únicamente como instrumentos de apoyo técnico y comenzaron a participar activamente en actividades relacionadas con producción de contenidos, análisis de audiencias, personalización de mensajes y administración estratégica de información. Esta expansión tecnológica ha modificado dinámicas laborales, reorganizado procesos de toma de decisiones y transformado criterios utilizados para producir, distribuir y validar mensajes dentro de distintos contextos institucionales. Peñafiel y Chavero (2025) y Fernández y Pérez (2025) sostienen que la inteligencia artificial debe comprenderse como un elemento capaz de alterar estructuras comunicativas tradicionales

debido a que influye simultáneamente sobre producción, circulación y recepción de contenidos.

Las transformaciones actuales poseen características particulares debido a que ocurren dentro de entornos donde la información circula mediante procesos cada vez más rápidos y donde las audiencias participan activamente en la construcción y difusión de contenidos. En contextos anteriores, muchas decisiones comunicacionales dependían principalmente de procesos humanos asociados con experiencia profesional, interpretación contextual y evaluación editorial. En la actualidad, diversos sistemas automatizados intervienen parcial o totalmente en actividades relacionadas con clasificación documental, segmentación de públicos, recomendaciones informativas y producción automatizada de mensajes. Esta situación incrementa capacidades operativas y permite desarrollar procesos de comunicación más dinámicos; sin embargo, también introduce preguntas relacionadas con transparencia, responsabilidad y legitimidad de decisiones mediadas por algoritmos.

Amaya y Cueva (2025) y Gil y Presol (2026) señalan que la expansión de herramientas inteligentes exige desarrollar modelos de implementación capaces de equilibrar eficiencia tecnológica con responsabilidad comunicacional.

El desarrollo reciente de inteligencia artificial también ha modificado la relación entre organizaciones y públicos debido a que introduce nuevas formas de personalización e interacción. Los sistemas contemporáneos poseen capacidad para analizar grandes volúmenes de datos y adaptar contenidos según comportamientos, preferencias o características específicas de distintos grupos sociales. Estas posibilidades ofrecen ventajas importantes relacionadas con precisión estratégica y capacidad para desarrollar mensajes potencialmente más relevantes para determinadas audiencias. Sin embargo, las mismas capacidades pueden generar riesgos relacionados con manipulación informativa, segmentación excesiva o construcción de procesos persuasivos poco transparentes cuando no existen criterios adecuados de

regulación y supervisión. Gil y Presol (2026) sostienen que las tecnologías asociadas con personalización y comunicación estratégica requieren mecanismos de evaluación orientados a proteger autonomía y confianza pública.

Otro aspecto importante corresponde a la transformación de funciones profesionales dentro de ecosistemas comunicacionales contemporáneos. La incorporación creciente de inteligencia artificial modifica actividades desarrolladas por periodistas, responsables de comunicación institucional, especialistas en campañas políticas y profesionales vinculados con publicidad. La tecnología permite automatizar determinadas tareas y ampliar posibilidades relacionadas con creatividad o análisis estratégico; sin embargo, no elimina la necesidad de capacidades humanas relacionadas con interpretación, juicio crítico y sensibilidad social. Checa (2025) y Checa y Núñez (2025) sostienen que la apropiación tecnológica responsable requiere desarrollar competencias que permitan utilizar

herramientas inteligentes como mecanismos de apoyo y no como sustitutos automáticos del criterio profesional.

El propósito de este capítulo consiste en analizar aplicaciones específicas de inteligencia artificial dentro de escenarios relacionados con periodismo, organizaciones, comunicación política y publicidad. Se abordarán temas vinculados con automatización periodística, comunicación intercultural, campañas electorales y procesos de persuasión apoyados por sistemas inteligentes. El objetivo principal no consiste únicamente en describir tecnologías o identificar ventajas operativas, sino fortalecer capacidades críticas que permitan comprender efectos asociados con estas herramientas y diseñar criterios responsables para su implementación profesional. Martín-Herrero y Oyarzun (2025) y Armas (2025) señalan que la sostenibilidad tecnológica depende de la capacidad institucional para combinar innovación, aprendizaje y responsabilidad social dentro de procesos comunicacionales contemporáneos.

3.2 Periodismo automatizado y construcción de la noticia

La incorporación de inteligencia artificial dentro del ámbito periodístico constituye una de las transformaciones más relevantes observadas durante los últimos años en procesos de producción y circulación de información. Diversos medios de comunicación utilizan actualmente herramientas capaces de redactar borradores automáticos, clasificar grandes volúmenes de documentos, identificar tendencias emergentes y analizar bases extensas de datos provenientes de múltiples fuentes.

Estas capacidades permiten desarrollar actividades que anteriormente requerían tiempos considerablemente mayores y facilitan la organización de información compleja dentro de entornos caracterizados por velocidad y actualización permanente. Sin embargo, la incorporación de inteligencia artificial no puede interpretarse únicamente como una mejora técnica orientada a incrementar productividad, debido a que también modifica

funciones profesionales, procesos editoriales y mecanismos asociados con validación de contenidos. Fernández y Pérez (2025) y Amaya y Cueva (2025) sostienen que las tecnologías aplicadas al periodismo generan cambios estructurales relacionados con formas de producción informativa y responsabilidad comunicacional.

Uno de los principales usos de inteligencia artificial



Periodismo Automatizado y Construcción de la Noticia

- ✓ Generación automática de noticias basadas en datos.
- ✓ Verificación y evaluación crítica siguen siendo esenciales.
- ✓ La velocidad no sustituye el juicio periodístico.
- ✓ Transparencia y trazabilidad son clave para la confianza.

dentro de medios contemporáneos se encuentra relacionado con procesos de automatización periodística orientados a generar contenidos basados en datos

estructurados. Algunas organizaciones utilizan sistemas automatizados para producir noticias deportivas, informes económicos, resultados electorales o reportes financieros donde existe información cuantificable y

organizada mediante patrones relativamente predecibles.

Estas aplicaciones permiten desarrollar contenidos iniciales rápidamente y optimizar recursos destinados a actividades repetitivas. Sin embargo, la producción automatizada de información presenta limitaciones importantes cuando los acontecimientos requieren interpretación contextual, valoración crítica o comprensión de factores sociales complejos.

Gil y Presol (2026) y Checa (2025) señalan que los procesos automatizados pueden incrementar capacidad operativa, aunque no sustituyen competencias relacionadas con análisis crítico y comprensión contextual.

La construcción de una noticia constituye un proceso que supera ampliamente la simple organización de datos o generación automática de textos. La actividad periodística implica seleccionar acontecimientos relevantes, identificar fuentes confiables, contextualizar información y evaluar consecuencias potenciales asociadas con los hechos

comunicados. La relevancia periodística no depende exclusivamente de cantidad de datos disponibles, sino también de procesos relacionados con interpretación y construcción de significado social.

Un sistema tecnológico puede identificar patrones estadísticos o generar textos coherentes desde una perspectiva lingüística; sin embargo, continúa dependiendo de decisiones humanas relacionadas con jerarquización informativa y valoración editorial. Checa y Núñez (2025) y Martín-Herrero y Oyarzun (2025) sostienen que la legitimidad de los contenidos periodísticos continúa asociada con capacidades profesionales relacionadas con juicio crítico y responsabilidad social.

La utilización creciente de inteligencia artificial también modifica relaciones tradicionales entre fuentes, periodistas y audiencias. Históricamente, la actividad periodística desarrolló mecanismos orientados a verificar información y construir credibilidad mediante procedimientos relacionados con contraste de fuentes y revisión editorial. Actualmente, la velocidad asociada

con producción digital incrementa presión sobre medios y profesionales debido a que los ciclos informativos operan continuamente y las audiencias demandan actualizaciones permanentes.

Esta situación genera oportunidades relacionadas con rapidez operativa, pero también aumenta riesgos asociados con errores, desinformación y circulación de contenidos insuficientemente verificados. Peñafiel y Chavero (2025) sostienen que la aceleración de procesos comunicacionales contemporáneos exige fortalecer mecanismos relacionados con verificación y responsabilidad profesional.

Otro aspecto importante corresponde a los desafíos relacionados con transparencia y trazabilidad dentro de procesos periodísticos automatizados. Cuando una herramienta participa en generación o clasificación de contenidos, resulta necesario establecer procedimientos que permitan identificar criterios utilizados y reconstruir decisiones asociadas con resultados obtenidos.

La trazabilidad constituye un mecanismo relevante debido a que facilita procesos posteriores de revisión y permite justificar procedimientos aplicados durante producción informativa. Asimismo, la documentación adecuada contribuye a fortalecer confianza pública y permite identificar posibles errores o sesgos asociados con sistemas automatizados. Armas (2025) y Sánchez-Pita et al. (2025) señalan que la adopción tecnológica sostenible depende de mecanismos institucionales capaces de registrar procesos y desarrollar prácticas orientadas a aprendizaje continuo.

La incorporación responsable de inteligencia artificial dentro del ámbito periodístico también requiere fortalecer competencias profesionales relacionadas con alfabetización digital y evaluación crítica de resultados producidos por sistemas inteligentes. La formación contemporánea de comunicadores y periodistas no puede limitarse exclusivamente al aprendizaje técnico relacionado con plataformas o herramientas específicas.

Resulta igualmente necesario desarrollar capacidades orientadas a comprender implicaciones sociales, identificar limitaciones tecnológicas y analizar efectos potenciales asociados con decisiones automatizadas. La inteligencia artificial puede ampliar capacidades relacionadas con análisis y organización de información; sin embargo, la responsabilidad sobre calidad y legitimidad del mensaje continúa dependiendo de procesos humanos relacionados con interpretación, ética y compromiso profesional.

Peñafiel y Chavero (2025), Fernández y Pérez (2025) y Checa (2025) sostienen que el futuro del periodismo dependerá de la capacidad para integrar innovación tecnológica con pensamiento crítico y responsabilidad social.

3.3 Comunicación organizacional e intercultural

La inteligencia artificial ha comenzado a ocupar un lugar relevante dentro de la comunicación organizacional debido a su capacidad para analizar información, segmentar públicos, automatizar respuestas y apoyar procesos de toma de decisiones

comunicacionales. En instituciones públicas, empresas, organizaciones educativas y entidades sociales, estas herramientas permiten gestionar grandes volúmenes de datos provenientes de canales internos y externos, lo que facilita identificar tendencias, anticipar necesidades y mejorar la coordinación de mensajes.

Sin embargo, la comunicación organizacional no puede reducirse a eficiencia operativa, ya que también implica relaciones de confianza, identidad institucional y coherencia entre discurso y práctica. Fernández y Pérez (2025) sostienen que la adopción de inteligencia artificial en comunicación organizacional requiere comprender tanto sus beneficios técnicos como sus efectos sobre dinámicas laborales, reputación y cultura institucional.

Uno de los principales aportes de la inteligencia artificial en organizaciones consiste en fortalecer procesos de análisis de públicos y planificación estratégica. Las herramientas automatizadas pueden clasificar consultas frecuentes, detectar temas sensibles, evaluar reacciones ante mensajes institucionales y

apoyar la elaboración de contenidos ajustados a distintos grupos de interés.

Estas capacidades resultan útiles cuando permiten

mejorar la pertinencia de la comunicación y responder con mayor oportunidad a

necesidades

informativas reales. No obstante, el uso de datos para segmentar

públicos debe realizarse con criterios de transparencia y responsabilidad, porque una lectura puramente instrumental puede convertir a las audiencias en perfiles estadísticos sin reconocer su complejidad social. Gil y Presol (2026) advierten que la personalización comunicacional exige equilibrar eficacia persuasiva, confianza y respeto por la autonomía de los públicos.

La comunicación organizacional también enfrenta desafíos cuando la automatización interviene en procesos de atención, reputación o gestión de crisis. Un



asistente automatizado puede ofrecer respuestas rápidas ante preguntas frecuentes, pero no siempre posee capacidad para interpretar situaciones sensibles, emociones complejas o conflictos institucionales que requieren criterio humano.

En estos casos, la velocidad puede convertirse en un riesgo si sustituye la escucha, la empatía y la deliberación profesional. Checa y Núñez (2025) señalan que la transformación algorítmica de la comunicación corporativa exige evaluar no solo la eficiencia de los sistemas, sino también sus implicaciones sociales, éticas y normativas dentro de la relación entre organizaciones y públicos.

En el ámbito intercultural, la inteligencia artificial ofrece posibilidades importantes para facilitar traducciones, adaptar mensajes y apoyar procesos de comunicación entre grupos con distintas lenguas, códigos culturales y formas de interpretación. Sin embargo, una traducción correcta desde el punto de vista gramatical no garantiza necesariamente una

comunicación adecuada desde el punto de vista cultural.

Los mensajes organizacionales pueden contener símbolos, tonos o referencias que adquieren significados diferentes según el contexto social donde circulan. Martín-Herrero y Oyarzun (2025) sostienen que la inteligencia artificial puede apoyar la comunicación intercultural, pero su aplicación debe considerar estrategias que reconozcan diferencias culturales y eviten respuestas mecánicas incapaces de captar matices locales.

La gestión de reputación institucional también se transforma cuando las organizaciones utilizan sistemas inteligentes para monitorear conversaciones públicas, analizar percepciones y anticipar riesgos comunicacionales. Estas herramientas pueden identificar cambios en el clima de opinión y ofrecer señales tempranas sobre posibles conflictos o malentendidos.

Sin embargo, interpretar reputación exige más que recopilar datos o medir interacciones, porque las

organizaciones construyen confianza mediante acciones, coherencia y capacidad de respuesta. Armas (2025) y Sánchez-Pita et al. (2025) plantean que la incorporación responsable de inteligencia artificial debe conectarse con procesos de revisión humana, documentación y aprendizaje institucional continuo.

La implementación de inteligencia artificial en comunicación organizacional exige diseñar protocolos claros que indiquen cuándo una interacción puede resolverse automáticamente y cuándo debe escalarse a una persona. Esta distinción resulta especialmente importante en situaciones vinculadas con quejas, conflictos laborales, denuncias, atención a poblaciones vulnerables o comunicación intercultural sensible.

La automatización responsable no consiste en reemplazar todo contacto humano, sino en definir límites adecuados para que la tecnología apoye procesos sin deteriorar la relación entre organización y públicos. Peñafiel y Chavero (2025) y Fernández y Pérez (2025) sostienen que las prácticas comunicacionales mediadas por inteligencia artificial deben mantener

criterios de verificación, responsabilidad y coherencia institucional.

En consecuencia, la comunicación organizacional e intercultural con inteligencia artificial requiere una apropiación profesional basada en criterio, sensibilidad y capacidad de evaluación. Las herramientas inteligentes pueden mejorar tiempos de respuesta, apoyar análisis de información y facilitar adaptación de mensajes, pero su valor depende de la manera en que se integran dentro de políticas comunicacionales responsables.

La organización que utiliza inteligencia artificial sin revisar sus efectos corre el riesgo de producir mensajes técnicamente correctos pero socialmente inadecuados. Por ello, la innovación comunicacional debe orientarse hacia procesos que fortalezcan confianza, reconozcan diversidad cultural y mantengan la responsabilidad humana como eje de toda decisión estratégica.

3.4 Comunicación política y campañas electorales

Comunicación política y campañas electorales

- ✓ La IA potencia estrategias, pero exige transparencia y responsabilidad democrática.
- ✓ La segmentación y personalización deben respetar la autonomía ciudadana.
- ✓ Riesgos: desinformación, manipulación y deepfakes que afectan la confianza pública.
- ✓ Documentación, trazabilidad y rendición de cuentas fortalecen la legitimidad.
- ✓ Educación crítica ciudadana es clave para participar en entornos digitales complejos.

La incorporación de inteligencia artificial dentro de procesos relacionados con comunicación política y campañas electorales ha modificado significativamente las estrategias utilizadas para producir mensajes, analizar comportamientos y gestionar relaciones con diferentes grupos de ciudadanos. Las tecnologías contemporáneas permiten recopilar y procesar grandes cantidades de información provenientes de redes sociales, plataformas digitales, bases de datos y distintos espacios de interacción pública.

Estas capacidades facilitan procesos relacionados con segmentación de audiencias, identificación de tendencias y elaboración de contenidos adaptados a características específicas de determinados grupos. Sin embargo, el crecimiento de estas posibilidades también

genera interrogantes importantes relacionadas con transparencia, responsabilidad democrática y protección de la autonomía ciudadana. Gil y Presol (2026) y Checa (2025) sostienen que el desarrollo tecnológico dentro de espacios políticos requiere mecanismos de supervisión orientados a garantizar procesos comunicacionales compatibles con principios democráticos.

Uno de los principales usos de inteligencia artificial dentro de campañas políticas corresponde a la posibilidad de desarrollar procesos avanzados de segmentación y personalización de mensajes. Mediante análisis automatizado de información, los sistemas actuales pueden identificar patrones relacionados con preferencias, intereses o comportamientos de grupos específicos de personas.

Estas herramientas permiten adaptar mensajes y optimizar estrategias orientadas a mejorar niveles de alcance o interacción con audiencias determinadas. Aunque estas capacidades pueden fortalecer procesos relacionados con participación política y comunicación

estratégica, también generan preocupaciones cuando la personalización se convierte en una práctica opaca capaz de influir sobre decisiones individuales sin mecanismos suficientes de transparencia. Checa y Núñez (2025) y Martín-Herrero y Oyarzun (2025) sostienen que la utilización de inteligencia artificial dentro de campañas políticas requiere límites claros relacionados con protección de derechos y autonomía ciudadana.

La discusión contemporánea sobre inteligencia artificial y política también involucra riesgos asociados con desinformación y manipulación de contenidos. Las herramientas generativas actuales poseen capacidad para producir imágenes, audios y materiales audiovisuales con niveles crecientes de realismo.

Estas posibilidades pueden utilizarse para crear contenidos engañosos capaces de alterar percepciones relacionadas con actores políticos, procesos electorales o acontecimientos de interés público. La circulación acelerada de información dentro de plataformas digitales incrementa la capacidad de difusión de estos

materiales y dificulta procesos orientados a verificar autenticidad de contenidos. Armas (2025) y Sánchez-Pita et al. (2025) señalan que el desarrollo de tecnologías generativas exige fortalecer mecanismos orientados a identificación y verificación de materiales potencialmente manipulados.

Otro aspecto importante corresponde a las implicaciones relacionadas con transparencia y rendición de cuentas dentro de procesos comunicacionales políticos mediados por inteligencia artificial. Las decisiones asociadas con diseño y utilización de herramientas automatizadas pueden producir efectos significativos sobre percepción pública y comportamiento electoral.

Por esta razón, las organizaciones políticas y los actores involucrados en campañas requieren mecanismos capaces de justificar procedimientos utilizados y explicar criterios asociados con estrategias implementadas. La documentación y trazabilidad adquieren relevancia debido a que permiten reconstruir procesos y fortalecer mecanismos orientados a

responsabilidad institucional. Peñafiel y Chavero (2025) sostienen que los sistemas tecnológicos utilizados dentro de procesos políticos deben desarrollarse mediante estructuras capaces de fortalecer legitimidad y confianza pública.

Asimismo, la incorporación responsable de inteligencia artificial dentro de comunicación política requiere desarrollar competencias relacionadas con alfabetización digital y pensamiento crítico. Los ciudadanos participan actualmente dentro de ecosistemas informativos complejos donde la producción y circulación de contenidos ocurre mediante múltiples plataformas y canales simultáneos.

En consecuencia, la capacidad para evaluar información, identificar contenidos potencialmente manipulados y comprender funcionamiento de procesos automatizados adquiere una importancia creciente. Fernández y Pérez (2025) y Amaya y Cueva (2025) señalan que el fortalecimiento de capacidades críticas constituye uno de los principales elementos necesarios para desarrollar prácticas comunicacionales

responsables dentro de entornos digitales contemporáneos.

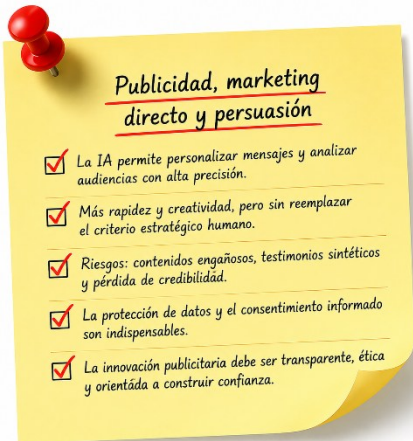
La sostenibilidad democrática dentro de contextos caracterizados por expansión tecnológica dependerá de la capacidad institucional para integrar innovación y responsabilidad social dentro de estrategias comunicacionales. La inteligencia artificial puede ampliar capacidades relacionadas con análisis de información y participación ciudadana; sin embargo, los beneficios potenciales asociados con estas herramientas dependen de mecanismos capaces de garantizar transparencia, supervisión y respeto por principios democráticos fundamentales.

La discusión actual no se orienta únicamente hacia capacidades técnicas disponibles, sino hacia las condiciones mediante las cuales las tecnologías pueden fortalecer procesos democráticos sin afectar derechos ni disminuir confianza pública.

3.5 Publicidad, marketing directo y persuasión

La incorporación de inteligencia artificial dentro de publicidad y marketing directo ha transformado

significativamente la manera en que organizaciones y marcas diseñan estrategias para interactuar con públicos y consumidores. Las herramientas actuales permiten analizar patrones de comportamiento, identificar intereses específicos y producir mensajes personalizados con niveles de precisión anteriormente difíciles de alcanzar mediante procesos convencionales.



Estas capacidades incrementan posibilidades relacionadas con segmentación y optimización de campañas, permitiendo adaptar contenidos a necesidades particulares de grupos

determinados. Sin embargo, las ventajas asociadas con automatización y personalización también generan interrogantes relacionados con transparencia, protección de datos y límites éticos asociados con procesos persuasivos desarrollados mediante sistemas inteligentes.

Checa (2025) y Checa y Núñez (2025) sostienen que la expansión tecnológica contemporánea exige evaluar simultáneamente beneficios operativos y consecuencias sociales derivadas de nuevas formas de comunicación estratégica.

Uno de los principales cambios observados dentro del ámbito publicitario corresponde a la capacidad de desarrollar procesos avanzados de personalización basados en análisis automatizado de datos. Los sistemas contemporáneos pueden identificar hábitos de navegación, preferencias de consumo y patrones de interacción con distintos contenidos digitales.

A partir de esta información, las herramientas inteligentes generan recomendaciones o adaptan mensajes dirigidos a segmentos específicos de usuarios. Estas posibilidades pueden fortalecer relevancia de los contenidos y mejorar experiencias relacionadas con acceso a información o servicios; sin embargo, la personalización excesiva puede generar escenarios donde los usuarios reciben mensajes diseñados mediante criterios poco visibles o insuficientemente

explicados. Gil y Presol (2026) señalan que los procesos de personalización requieren mecanismos capaces de proteger autonomía individual y evitar prácticas persuasivas que reduzcan capacidad de decisión consciente.

La publicidad apoyada por inteligencia artificial también ha ampliado posibilidades relacionadas con creatividad y producción de contenidos. Las herramientas generativas actuales poseen capacidad para producir textos, imágenes, piezas audiovisuales y materiales publicitarios mediante procedimientos automatizados capaces de reducir tiempos de elaboración.

Estas capacidades ofrecen ventajas relevantes debido a que permiten explorar múltiples alternativas creativas y desarrollar campañas con mayor rapidez. Sin embargo, la velocidad asociada con producción automatizada no garantiza automáticamente calidad estratégica ni coherencia con identidad institucional o valores de una organización. Martín-Herrero y Oyarzun (2025) y Armas (2025) sostienen que la creatividad

comunicacional continúa dependiendo de procesos relacionados con interpretación humana y comprensión contextual.

Otro aspecto importante se relaciona con desafíos asociados con confianza y credibilidad dentro de procesos publicitarios mediados por inteligencia artificial. La producción automatizada de contenidos incrementa riesgos relacionados con circulación de mensajes ambiguos, utilización inadecuada de información o generación de materiales capaces de producir percepciones engañosas sobre productos y servicios.

La utilización de testimonios sintéticos o contenidos visuales creados artificialmente puede afectar credibilidad institucional cuando los públicos desconocen procedimientos utilizados durante producción de materiales comunicacionales. Sánchez-Pita et al. (2025) y Peñafiel y Chavero (2025) sostienen que las estrategias publicitarias responsables requieren procesos orientados a fortalecer transparencia y

mecanismos de identificación relacionados con utilización de tecnologías emergentes.

La protección de datos constituye otro elemento central dentro de la discusión contemporánea sobre inteligencia artificial aplicada a marketing y publicidad. Los procesos de segmentación y personalización dependen frecuentemente de recopilación y análisis de información relacionada con comportamientos y preferencias de usuarios. En consecuencia, las organizaciones deben establecer políticas capaces de garantizar utilización responsable de datos y respeto por derechos asociados con privacidad y consentimiento informado.

Fernández y Pérez (2025) y Amaya y Cueva (2025) señalan que la sostenibilidad de estrategias comunicacionales contemporáneas depende de mecanismos orientados a equilibrar innovación tecnológica con responsabilidad institucional y protección de usuarios.

Asimismo, la implementación responsable de inteligencia artificial dentro de publicidad exige

fortalecer capacidades relacionadas con evaluación crítica y diseño estratégico de contenidos. Las herramientas tecnológicas pueden ampliar opciones disponibles y facilitar determinadas tareas operativas; sin embargo, las decisiones relacionadas con objetivos, límites y efectos potenciales continúan dependiendo de criterios humanos.

La inteligencia artificial puede apoyar procesos de creatividad y análisis, pero no reemplaza responsabilidades asociadas con ética profesional y construcción de relaciones de confianza. Armas (2025) y Sánchez-Pita et al. (2025) sostienen que la adopción tecnológica responsable depende de la capacidad institucional para integrar innovación, supervisión y compromiso con prácticas comunicacionales transparentes.

3.6 Conclusiones del capítulo 3

El análisis desarrollado a lo largo de este capítulo permite reconocer que la incorporación de inteligencia artificial dentro de periodismo, comunicación organizacional, campañas políticas y publicidad

representa un proceso de transformación que modifica simultáneamente herramientas, prácticas profesionales y relaciones entre instituciones y públicos.

Aunque las tecnologías contemporáneas poseen capacidad para automatizar tareas, optimizar procesos y ampliar posibilidades creativas, su impacto no puede evaluarse únicamente mediante indicadores asociados con velocidad o productividad.

La utilización de sistemas inteligentes produce efectos sobre formas de representación, procesos de interacción y mecanismos mediante los cuales circula la información dentro de contextos sociales cada vez más complejos.

Peñafiel y Chavero (2025) y Fernández y Pérez (2025) sostienen que la inteligencia artificial debe comprenderse como una transformación estructural que influye sobre dinámicas comunicacionales y redefine responsabilidades asociadas con producción y validación de contenidos. Uno de los principales elementos identificados durante el desarrollo del

capítulo corresponde a la necesidad de diferenciar automatización y responsabilidad profesional.

Las herramientas inteligentes pueden producir textos, clasificar información, generar imágenes y facilitar procesos de análisis; sin embargo, la capacidad tecnológica para ejecutar determinadas tareas rápidamente no elimina la necesidad de procesos humanos relacionados con interpretación, evaluación y toma de decisiones. La tecnología puede ampliar capacidades profesionales, pero continúa dependiendo de criterios asociados con ética, contexto y responsabilidad comunicacional.

Checa (2025) y Checa y Núñez (2025) sostienen que la apropiación responsable de inteligencia artificial requiere desarrollar capacidades críticas capaces de integrar innovación tecnológica con juicio profesional.

El análisis realizado también permite reconocer que la velocidad y la personalización representan simultáneamente oportunidades y desafíos dentro de escenarios comunicacionales contemporáneos.

La posibilidad de adaptar contenidos según características específicas de distintos públicos puede fortalecer procesos relacionados con relevancia informativa y participación; sin embargo, también puede generar prácticas persuasivas poco transparentes cuando no existen mecanismos adecuados de supervisión. Gil y Presol (2026) señalan que la comunicación estratégica apoyada por tecnologías inteligentes requiere procesos orientados a proteger autonomía y fortalecer relaciones basadas en confianza pública.

Otro aspecto importante identificado durante el desarrollo del capítulo corresponde a la necesidad de fortalecer mecanismos relacionados con verificación, documentación y trazabilidad. Los procesos automatizados adquieren legitimidad cuando las organizaciones poseen capacidad para explicar procedimientos utilizados y justificar decisiones asociadas con resultados producidos mediante herramientas tecnológicas.

La documentación adecuada permite identificar errores, corregir prácticas ineficientes y desarrollar procesos institucionales orientados a aprendizaje continuo. Armas (2025) y Sánchez-Pita et al. (2025) indican que la sostenibilidad tecnológica depende de estructuras organizacionales capaces de integrar supervisión, revisión y mejora permanente.

Asimismo, el capítulo permitió reconocer que las funciones profesionales vinculadas con comunicación están experimentando procesos de transformación importantes. El periodista, el estratega organizacional, el responsable de campañas políticas o el especialista en publicidad ya no participan únicamente como productores de contenidos.

Los entornos contemporáneos exigen también competencias relacionadas con mediación tecnológica, interpretación crítica y evaluación de resultados producidos mediante sistemas automatizados. Martín-Herrero y Oyarzun (2025) sostienen que las competencias profesionales actuales requieren

combinar capacidades técnicas con comprensión contextual y sensibilidad social.

Puede afirmarse que aprender a comunicar con inteligencia artificial implica comprender que la tecnología constituye una herramienta cuya utilidad depende de procesos de implementación responsables y de criterios capaces de orientar decisiones profesionales. El principal desafío contemporáneo no consiste exclusivamente en aprender a utilizar plataformas emergentes, sino en desarrollar capacidades que permitan evaluar consecuencias y reconocer efectos derivados de su utilización.

Amaya y Cueva (2025) y Fernández y Pérez (2025) sostienen que la innovación tecnológica adquiere verdadero valor cuando fortalece capacidades humanas y contribuye a construir procesos comunicacionales transparentes, críticos y socialmente responsables.

3.7 Evaluación del aprendizaje

¿Qué característica diferencia la incorporación de inteligencia artificial en procesos comunicacionales contemporáneos?

- A. Sustituye completamente el trabajo humano en comunicación.
- B. Elimina la necesidad de procesos editoriales y estratégicos.
- C. Participa en procesos de producción, análisis y circulación de contenidos modificando funciones profesionales.
- D. Reduce toda comunicación a procesos matemáticos.
- E. Limita la comunicación únicamente a medios digitales.

¿Cuál representa un uso responsable de inteligencia artificial dentro del periodismo?

- A. Publicar automáticamente contenidos sin revisar fuentes.
- B. Utilizar herramientas automatizadas acompañadas de verificación y supervisión profesional.
- C. Sustituir completamente la revisión editorial.
- D. Eliminar procesos de contraste informativo.
- E. Reemplazar periodistas por sistemas automatizados.

¿Qué función mantiene el periodista en entornos mediados por inteligencia artificial?

- A. Convertirse únicamente en operador técnico.
- B. Eliminar criterios de interpretación y análisis.
- C. Actuar como mediador, evaluador y responsable de decisiones editoriales.
- D. Limitarse a copiar resultados automatizados.
- E. Reducir el trabajo periodístico a clasificación documental.

¿Qué riesgo puede aparecer durante procesos de comunicación organizacional automatizada?

- A. Aumento automático de sensibilidad cultural.
- B. Eliminación completa de errores institucionales.
- C. Sustitución de procesos empáticos mediante respuestas mecánicas.
- D. Reducción total de tiempos de trabajo.
- E. Eliminación de canales digitales.

¿Qué aspecto debe considerarse durante procesos de comunicación intercultural apoyados por inteligencia artificial?

- A. Utilizar exactamente el mismo mensaje para todos los públicos.
- B. Traducir contenidos sin revisión humana.

- C. Adaptar contenidos considerando diferencias culturales y contextuales.
- D. Eliminar mediadores culturales.
- E. Sustituir procesos interpretativos por automatización total.

¿Qué riesgo puede surgir en campañas políticas mediadas por inteligencia artificial?

- A. Disminución automática de participación pública.
- B. Uso de procesos opacos de segmentación capaces de influir sobre decisiones ciudadanas.
- C. Eliminación completa de contenidos digitales.
- D. Reducción de herramientas de comunicación estratégica.
- E. Sustitución de procesos electorales.

¿Qué práctica fortalece transparencia dentro de procesos políticos apoyados por inteligencia artificial?

- A. Ocultar procedimientos automatizados.
- B. Eliminar procesos de documentación institucional.
- C. Implementar mecanismos de trazabilidad y rendición de cuentas.

D. Sustituir revisión humana por automatización completa.

E. Incrementar segmentación sin consentimiento.

¿Qué ventaja puede aportar inteligencia artificial dentro de publicidad y marketing?

A. Sustituir completamente creatividad humana.

B. Eliminar procesos de evaluación estratégica.

C. Apoyar personalización y análisis de audiencias mediante criterios responsables.

D. Garantizar automáticamente éxito de campañas.

E. Eliminar participación profesional.

¿Qué aspecto debe verificarse antes de utilizar contenidos generados mediante inteligencia artificial para una marca?

A. Únicamente extensión del contenido.

B. Solamente diseño visual utilizado.

C. Coherencia con identidad institucional, evidencia y sensibilidad social.

D. Exclusivamente velocidad de producción.

E. Cantidad de elementos multimedia incorporados.

¿Cuál representa una característica de una adopción tecnológica responsable?

- A. Dependencia absoluta de herramientas automatizadas.
- B. Eliminación de procesos de documentación.
- C. Integración de innovación, supervisión y aprendizaje continuo.
- D. Sustitución total de decisiones humanas.
- E. Automatización sin criterios institucionales.

3.8 Respuestas y razonamientos

1. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La inteligencia artificial modifica procesos relacionados con producción, análisis y circulación de contenidos, transformando también funciones y responsabilidades profesionales.

2. Respuesta correcta: B.

Razonamiento: La automatización periodística requiere mecanismos de verificación y supervisión humana para garantizar precisión y credibilidad.

3. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: El periodista mantiene funciones relacionadas con interpretación, análisis crítico y responsabilidad editorial.

4. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La automatización excesiva puede afectar procesos comunicacionales que requieren empatía, interpretación contextual y sensibilidad humana.

5. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La comunicación intercultural requiere reconocer diferencias sociales y culturales para evitar interpretaciones inadecuadas.

6. Respuesta correcta: B.

Razonamiento: Los procesos de microsegmentación opaca pueden afectar autonomía ciudadana y generar problemas relacionados con transparencia democrática.

7. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La trazabilidad y la documentación permiten comprender procedimientos utilizados y fortalecer procesos de responsabilidad institucional.

8. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La inteligencia artificial puede fortalecer procesos de análisis y personalización cuando existe supervisión adecuada.

9. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: Los contenidos utilizados por una organización deben mantener coherencia con identidad institucional y criterios éticos.

10. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La adopción tecnológica sostenible depende de integrar innovación con procesos permanentes de evaluación y aprendizaje.

Capítulo 4: Comunicación científica, educación y creatividad visual

Objetivos de aprendizaje

- Relacionar IA, alfabetización digital y formación docente en contextos de comunicación científica.
- Valorar la creatividad visual asistida por IA sin perder autoría, criterio y responsabilidad cultural.
- Construir una hoja de ruta de competencias para comunicadores, docentes, investigadores y diseñadores.

4.1 Introducción del capítulo 4

En este escenario, comunicación científica, educación y creatividad visual no puede analizarse solo como una mejora instrumental, porque reorganiza responsabilidades, ritmos de trabajo y criterios de validación. Este punto dialoga con los aportes de Buitrago-Ciro et al., 2025 y Giraldo y Muñoz, 2025, quienes ubican la IA como un factor de transformación de prácticas comunicativas. El capítulo se orienta a que el lector comprenda la necesidad de formar lectores, creadores e investigadores capaces de usar IA sin delegar el juicio profesional y pueda traducir esa comprensión en decisiones comunicacionales verificables.

Desde una perspectiva comunicacional, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica como el rechazo defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Ruiz y Vasco, 2025 y Cerna, 2025). El capítulo se orienta a que el lector comprenda la

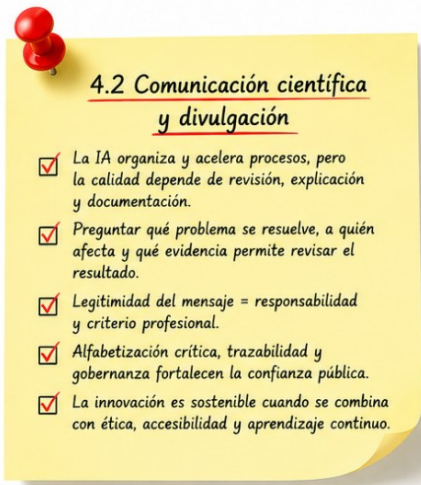
necesidad de formar lectores, creadores e investigadores capaces de usar IA sin delegar el juicio profesional y pueda traducir esa comprensión en decisiones comunicacionales verificables.

Una lectura crítica permite observar que las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. El aprendizaje más importante consiste en convertir la herramienta en una práctica reflexiva, no en una dependencia automática. (Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025). El capítulo se orienta a que el lector comprenda la necesidad de formar lectores, creadores e investigadores capaces de usar IA sin delegar el juicio profesional y pueda traducir esa comprensión en decisiones comunicacionales verificables.

4.2 Comunicación científica y divulgación

En este escenario, publicaciones, revisión, divulgación periodística, integridad y acceso al conocimiento exige distinguir entre eficiencia operativa y calidad comunicacional, especialmente cuando los

mensajes se dirigen a públicos diversos. Por ello, el criterio central no es usar o no usar IA, sino definir bajo qué condiciones su uso fortalece la confianza pública. (Giraldo y Muñoz, 2025 y Ruiz y Vasco, 2025). En términos metodológicos, conviene preguntar qué datos alimentan el proceso, qué parte del resultado se revisa y qué evidencia queda disponible para justificar la decisión. Esta lectura se relaciona con Giraldo y Muñoz, 2025, Ruiz y Vasco, 2025 y Cerna, 2025.



4.2 Comunicación científica y divulgación

- ✓ La IA organiza y acelera procesos, pero la calidad depende de revisión, explicación y documentación.
- ✓ Preguntar qué problema se resuelve, a quién afecta y qué evidencia permite revisar el resultado.
- ✓ Legitimidad del mensaje = responsabilidad y criterio profesional.
- ✓ Alfabetización crítica, trazabilidad y gobernanza fortalecen la confianza pública.
- ✓ La innovación es sostenible cuando se combina con ética, accesibilidad y aprendizaje continuo.

Desde una perspectiva comunicacional, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica como el rechazo

defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Ruiz y Vasco, 2025 y Cerna, 2025). Cuando estas condiciones se descuidan, la IA puede

producir una sensación de precisión que no corresponde necesariamente con la calidad del contenido. Esta lectura se relaciona con Ruiz y Vasco, 2025, Cerna, 2025 y Zambrano, 2025.

Una lectura crítica permite observar que la incorporación de IA modifica la relación entre datos, interpretación y autoridad profesional. La tecnología acelera operaciones, pero la legitimidad del mensaje sigue dependiendo de la responsabilidad profesional. (Cerna, 2025 y Zambrano, 2025). Cuando se atienden, en cambio, la herramienta contribuye a ordenar información, explorar alternativas y disminuir cargas repetitivas sin desplazar el juicio profesional. Esta lectura se relaciona con Cerna, 2025, Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025.

Para los equipos profesionales, las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. Este punto dialoga con los aportes de Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025, quienes ubican la IA como un factor de transformación de

prácticas comunicativas. Este equilibrio es especialmente relevante en comunicación, porque el mensaje no se agota en su forma lingüística: también expresa poder, identidad, memoria y expectativas sociales. Esta lectura se relaciona con Zambrano, 2025, Castellero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025.

La discusión académica reciente sugiere que el valor de la tecnología depende de la capacidad humana para formular preguntas pertinentes y evaluar respuestas con evidencia. Así, el comunicador deja de ser solamente productor de mensajes y se convierte en curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos. (Castillero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025). Por esa razón, el uso de IA debe conectarse con políticas de archivo, protocolos de autoría, revisión de sesgos y criterios de accesibilidad. Esta lectura se relaciona con Castellero-Ostio et al., 2025, Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025.

En la práctica institucional, la innovación se vuelve sostenible cuando se combina con alfabetización crítica, gobernanza institucional y aprendizaje continuo. En

consecuencia, cada proyecto requiere objetivos claros, revisión humana, trazabilidad y una comprensión suficiente del contexto social. (Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025). La evidencia revisada en este campo muestra que la adopción responsable no depende de una sola plataforma, sino de una cultura de trabajo capaz de aprender y corregir. Esta lectura se relaciona con Sánchez et al., 2025, Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025.

Al revisar este proceso, 4.1 comunicación científica y divulgación no puede analizarse solo como una mejora instrumental, porque reorganiza responsabilidades, ritmos de trabajo y criterios de validación. El aprendizaje más importante consiste en convertir la herramienta en una práctica reflexiva, no en una dependencia automática. (Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025). El comunicador que domina esta lógica no pregunta únicamente qué puede generar la herramienta; pregunta qué problema se quiere resolver y qué consecuencias tendrá la solución. Esta lectura se

relaciona con Urquía y Zazo, 2025, Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026.

En este escenario, publicaciones, revisión, divulgación periodística, integridad y acceso al conocimiento exige distinguir entre eficiencia operativa y calidad comunicacional, especialmente cuando los mensajes se dirigen a públicos diversos. Por ello, el criterio central no es usar o no usar IA, sino definir bajo qué condiciones su uso fortalece la confianza pública. (Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026). Así, la innovación deja de ser un gesto aislado y se convierte en una práctica gobernada por objetivos, límites y responsabilidad compartida. Esta lectura se relaciona con Ochoa et al., 2025, Lema, 2026 y Lopes et al., 2025.

4.3 Educación 4.0 y formación docente

En este escenario, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Así, el comunicador deja de ser solamente productor de mensajes y se convierte en curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos. (Ruiz y Vasco, 2025 y Cerna,

2025). En términos metodológicos, conviene preguntar qué datos alimentan el proceso, qué parte del resultado se revisa y qué evidencia queda disponible para justificar la decisión. Esta lectura se relaciona con Ruiz y Vasco, 2025, Cerna, 2025 y Zambrano, 2025.

Desde una perspectiva comunicacional, la incorporación de IA modifica la relación entre datos,

interpretación y autoridad profesional.

En consecuencia, cada proyecto requiere objetivos claros, revisión humana, trazabilidad y una comprensión suficiente del contexto social.

(Cerna, 2025 y

Zambrano, 2025). Cuando estas condiciones se descuidan, la IA puede producir una sensación de precisión que no corresponde necesariamente con la calidad del contenido. Esta lectura se relaciona con

4.3 Educación 4.0 y formación docente

- ✓ La IA potencia personalización, análisis y recursos educativos, pero no reemplaza el criterio docente.
- ✓ La velocidad es útil, pero es un riesgo cuando sustituye verificación, sensibilidad cultural o deliberación ética.
- ✓ Datos, revisión y evidencia son clave para decisiones informadas.
- ✓ Formación docente: competencias técnicas, éticas y pedagógicas para un uso responsable.
- ✓ Innovación educativa sostenible = objetivos claros, revisión humana y aprendizaje crítico.

Cerna, 2025, Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025.

Una lectura crítica permite observar que las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. El aprendizaje más importante consiste en convertir la herramienta en una práctica reflexiva, no en una dependencia automática. (Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025). Cuando se atienden, en cambio, la herramienta contribuye a ordenar información, explorar alternativas y disminuir cargas repetitivas sin desplazar el juicio profesional. Esta lectura se relaciona con Zambrano, 2025, Castellero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025.

Para los equipos profesionales, el valor de la tecnología depende de la capacidad humana para formular preguntas pertinentes y evaluar respuestas con evidencia. Por ello, el criterio central no es usar o no usar IA, sino definir bajo qué condiciones su uso fortalece la confianza pública. (Castillero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025). Este equilibrio es especialmente relevante

en comunicación, porque el mensaje no se agota en su forma lingüística: también expresa poder, identidad, memoria y expectativas sociales. Esta lectura se relaciona con Castillero-Ostio et al., 2025, Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025.

La discusión académica reciente sugiere que la innovación se vuelve sostenible cuando se combina con alfabetización crítica, gobernanza institucional y aprendizaje continuo. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica como el rechazo defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025). Por esa razón, el uso de IA debe conectarse con políticas de archivo, protocolos de autoría, revisión de sesgos y criterios de accesibilidad. Esta lectura se relaciona con Sánchez et al., 2025, Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025.

En la práctica institucional, 4.2 educación 4.0 y formación docente no puede analizarse solo como una mejora instrumental, porque reorganiza responsabilidades, ritmos de trabajo y criterios de validación. La tecnología acelera operaciones, pero la

legitimidad del mensaje sigue dependiendo de la responsabilidad profesional. (Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025). La evidencia revisada en este campo muestra que la adopción responsable no depende de una sola plataforma, sino de una cultura de trabajo capaz de aprender y corregir. Esta lectura se relaciona con Urquía y Zazo, 2025, Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026.


Al revisar este proceso, aula, TIC, alfabetización algorítmica, evaluación y aprendizaje activo exige distinguir entre eficiencia operativa y calidad comunicacional, especialmente cuando los mensajes se dirigen a públicos diversos. Este punto dialoga con los aportes de Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026, quienes ubican la IA como un factor de transformación de prácticas comunicativas. El comunicador que domina esta lógica no pregunta únicamente qué puede generar la herramienta; pregunta qué problema se quiere resolver y qué consecuencias tendrá la solución. Esta lectura se relaciona con Ochoa et al., 2025, Lema, 2026 y Lopes et al., 2025.

En este escenario, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Así, el comunicador deja de ser solamente productor de mensajes y se convierte en curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos. (Lema, 2026 y Lopes et al., 2025). Así, la innovación deja de ser un gesto aislado y se convierte en una práctica gobernada por objetivos, límites y responsabilidad compartida. Esta lectura se relaciona con Lema, 2026, Lopes et al., 2025 y Buitrago-Ciro et al., 2025.

4.4 Diseño gráfico, audiovisualidad y cultura visual

En este escenario, la incorporación de IA modifica la relación entre datos, interpretación y autoridad profesional. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica como el rechazo defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Cerna, 2025 y Zambrano, 2025). En términos metodológicos, conviene preguntar qué datos alimentan el proceso, qué parte del resultado se revisa y qué evidencia queda disponible para justificar

la decisión. Esta lectura se relaciona con Cerna, 2025, Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025.

A yellow sticky note with two red pushpins at the top left corner. The text on the note is in a serif font and includes a title and a list of five items, each preceded by a red checkmark.

4.4 Ética comunicacional, regulación y responsabilidad

- ✓ La ética es el marco que orienta el uso de IA en comunicación.
- ✓ Transparencia, explicabilidad y rendición de cuentas son indispensables.
- ✓ Protección de datos, privacidad y consentimiento informado deben garantizarse.
- ✓ La IA puede amplificar sesgos: se requiere auditoría y mitigación continua.
- ✓ La regulación y la responsabilidad profesional protegen derechos y fortalecen la confianza social.

Desde una perspectiva comunicacional, las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. La tecnología acelera operaciones, pero la legitimidad del mensaje sigue dependiendo de la responsabilidad profesional. (Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025). Cuando estas condiciones se descuidan, la IA puede producir una sensación de precisión que no corresponde necesariamente con la calidad del contenido. Esta lectura se relaciona con Zambrano, 2025, Castellero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025.

Una lectura crítica permite observar que el valor de la tecnología depende de la capacidad humana para

formular preguntas pertinentes y evaluar respuestas con evidencia. Este punto dialoga con los aportes de Castellero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025, quienes ubican la IA como un factor de transformación de prácticas comunicativas. Cuando se atienden, en cambio, la herramienta contribuye a ordenar información, explorar alternativas y disminuir cargas repetitivas sin desplazar el juicio profesional. Esta lectura se relaciona con Castellero-Ostio et al., 2025, Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025.

Para los equipos profesionales, la innovación se vuelve sostenible cuando se combina con alfabetización crítica, gobernanza institucional y aprendizaje continuo. Así, el comunicador deja de ser solamente productor de mensajes y se convierte en curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos. (Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025). Este equilibrio es especialmente relevante en comunicación, porque el mensaje no se agota en su forma lingüística: también expresa poder, identidad, memoria y expectativas sociales. Esta lectura se

relaciona con Sánchez et al., 2025, Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025.

La discusión académica reciente sugiere que 4.3 diseño gráfico, audiovisualidad y cultura visual no puede analizarse solo como una mejora instrumental, porque reorganiza responsabilidades, ritmos de trabajo y criterios de validación. En consecuencia, cada proyecto requiere objetivos claros, revisión humana, trazabilidad y una comprensión suficiente del contexto social. (Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025). Por esa razón, el uso de IA debe conectarse con políticas de archivo, protocolos de autoría, revisión de sesgos y criterios de accesibilidad. Esta lectura se relaciona con Urquía y Zazo, 2025, Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026.

En la práctica institucional, imagen generativa, posfotografía, sesgos visuales y criterios de diseño exige distinguir entre eficiencia operativa y calidad comunicacional, especialmente cuando los mensajes se dirigen a públicos diversos. El aprendizaje más importante consiste en convertir la herramienta en una práctica reflexiva, no en una dependencia automática.

(Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026). La evidencia revisada en este campo muestra que la adopción responsable no depende de una sola plataforma, sino de una cultura de trabajo capaz de aprender y corregir. Esta lectura se relaciona con Ochoa et al., 2025, Lema, 2026 y Lopes et al., 2025.

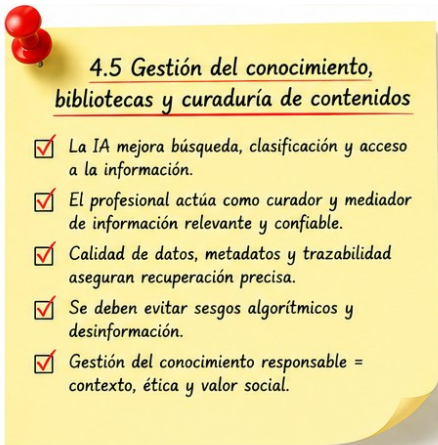
Al revisar este proceso, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Por ello, el criterio central no es usar o no usar IA, sino definir bajo qué condiciones su uso fortalece la confianza pública. (Lema, 2026 y Lopes et al., 2025). El comunicador que domina esta lógica no pregunta únicamente qué puede generar la herramienta; pregunta qué problema se quiere resolver y qué consecuencias tendrá la solución. Esta lectura se relaciona con Lema, 2026, Lopes et al., 2025 y Buitrago-Ciro et al., 2025.

En este escenario, la incorporación de IA modifica la relación entre datos, interpretación y autoridad profesional. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica

como el rechazo defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Lopes et al., 2025 y Buitrago-Ciro et al., 2025). Así, la innovación deja de ser un gesto aislado y se convierte en una práctica gobernada por objetivos, límites y responsabilidad compartida. Esta lectura se relaciona con Lopes et al., 2025, Buitrago-Ciro et al., 2025 y Giraldo y Muñoz, 2025.

4.5 Competencias para el futuro de la comunicación

En este escenario, las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. En consecuencia, cada proyecto requiere objetivos claros, revisión humana, trazabilidad y una comprensión suficiente del contexto social. (Zambrano, 2025 y Castellero-Ostio et al., 2025). En términos metodológicos, conviene preguntar qué datos alimentan el proceso, qué parte del resultado se revisa y qué evidencia queda disponible para justificar la decisión. Esta lectura se relaciona con Zambrano, 2025, Castellero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025.



4.5 Gestión del conocimiento, bibliotecas y curaduría de contenidos

- ✓ La IA mejora búsqueda, clasificación y acceso a la información.
- ✓ El profesional actúa como curador y mediador de información relevante y confiable.
- ✓ Calidad de datos, metadatos y trazabilidad aseguran recuperación precisa.
- ✓ Se deben evitar sesgos algorítmicos y desinformación.
- ✓ Gestión del conocimiento responsable = contexto, ética y valor social.

Desde una perspectiva comunicacional, el valor de la tecnología depende de la capacidad humana para formular preguntas pertinentes y evaluar respuestas con evidencia. El aprendizaje más importante consiste en

convertir la herramienta en una práctica reflexiva, no en una dependencia automática. (Castillero-Ostio et al., 2025 y Sánchez et al., 2025). Cuando estas condiciones se descuidan, la IA puede producir una sensación de precisión que no corresponde necesariamente con la calidad del contenido. Esta lectura se relaciona con Castillero-Ostio et al., 2025, Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025.

Una lectura crítica permite observar que la innovación se vuelve sostenible cuando se combina con alfabetización crítica, gobernanza institucional y aprendizaje continuo. Por ello, el criterio central no es

usar o no usar IA, sino definir bajo qué condiciones su uso fortalece la confianza pública. (Sánchez et al., 2025 y Urquía y Zazo, 2025). Cuando se atienden, en cambio, la herramienta contribuye a ordenar información, explorar alternativas y disminuir cargas repetitivas sin desplazar el juicio profesional. Esta lectura se relaciona con Sánchez et al., 2025, Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025.

Para los equipos profesionales, 4.4 competencias para el futuro de la comunicación no puede analizarse solo como una mejora instrumental, porque reorganiza responsabilidades, ritmos de trabajo y criterios de validación. Esta mirada evita tanto la fascinación acrítica como el rechazo defensivo, y permite construir decisiones proporcionadas. (Urquía y Zazo, 2025 y Ochoa et al., 2025). Este equilibrio es especialmente relevante en comunicación, porque el mensaje no se agota en su forma lingüística: también expresa poder, identidad, memoria y expectativas sociales. Esta lectura se relaciona con Urquía y Zazo, 2025, Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026.

La discusión académica reciente sugiere que investigación, gobernanza, colaboración interdisciplinaria y actualización permanente exige distinguir entre eficiencia operativa y calidad comunicacional, especialmente cuando los mensajes se dirigen a públicos diversos. La tecnología acelera operaciones, pero la legitimidad del mensaje sigue dependiendo de la responsabilidad profesional. (Ochoa et al., 2025 y Lema, 2026). Por esa razón, el uso de IA debe conectarse con políticas de archivo, protocolos de autoría, revisión de sesgos y criterios de accesibilidad. Esta lectura se relaciona con Ochoa et al., 2025, Lema, 2026 y Lopes et al., 2025.

En la práctica institucional, la promesa de automatización debe contrastarse con protocolos de revisión, explicación y documentación de decisiones. Este punto dialoga con los aportes de Lema, 2026 y Lopes et al., 2025, quienes ubican la IA como un factor de transformación de prácticas comunicativas. La evidencia revisada en este campo muestra que la adopción responsable no depende de una sola

plataforma, sino de una cultura de trabajo capaz de aprender y corregir. Esta lectura se relaciona con Lema, 2026, Lopes et al., 2025 y Buitrago-Ciro et al., 2025.

Al revisar este proceso, la incorporación de IA modifica la relación entre datos, interpretación y autoridad profesional. Así, el comunicador deja de ser solamente productor de mensajes y se convierte en curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos. (Lopes et al., 2025 y Buitrago-Ciro et al., 2025).

El comunicador que domina esta lógica no pregunta únicamente qué puede generar la herramienta; pregunta qué problema se quiere resolver y qué consecuencias tendrá la solución. Esta lectura se relaciona con Lopes et al., 2025, Buitrago-Ciro et al., 2025 y Giraldo y Muñoz, 2025.

En este escenario, las herramientas generativas amplían posibilidades expresivas, pero también obligan a revisar fuentes, permisos, sesgos y efectos sociales. En consecuencia, cada proyecto requiere objetivos claros, revisión humana, trazabilidad y una comprensión suficiente del contexto social. (Buitrago-Ciro et al., 2025

y Giraldo y Muñoz, 2025). Así, la innovación deja de ser un gesto aislado y se convierte en una práctica gobernada por objetivos, límites y responsabilidad compartida. Esta lectura se relaciona con Buitrago-Ciro et al., 2025, Giraldo y Muñoz, 2025 y Ruiz y Vasco, 2025.

4.6 Conclusiones del capítulo 4

El capítulo permite concluir que comunicación científica, educación y creatividad visual constituye un campo de transformación profunda, pero no homogénea. La IA puede ampliar capacidades, automatizar tareas y abrir posibilidades creativas; sin embargo, cada ventaja exige revisar condiciones de uso, responsables, públicos afectados y mecanismos de verificación.

La conclusión pedagógica más importante es que el conocimiento técnico resulta insuficiente si no se acompaña de criterio comunicacional. Un sistema puede generar mensajes correctos en apariencia y, aun así, fallar en contexto, sensibilidad cultural, exactitud, ética o transparencia.

Por tanto, aprender a comunicar con IA implica diseñar procesos. Esto incluye formular objetivos, seleccionar herramientas, registrar decisiones, contrastar fuentes, evaluar sesgos, reconocer límites y explicar al público cuándo la automatización intervino de manera relevante.

Las referencias asociadas al capítulo, entre ellas Buitrago-Ciro et al., 2025, Giraldo y Muñoz, 2025, Ruiz y Vasco, 2025, Cerna, 2025 y Zambrano, 2025, muestran que la discusión actual se mueve entre oportunidad e incertidumbre. La respuesta más sólida no es la improvisación, sino una adopción gradual, documentada y evaluable.

4.7 Evaluación del aprendizaje

¿Cuál es el criterio principal para evaluar el uso de inteligencia artificial en comunicación científica?

- A. Que produzca resultados más rápidos.
- B. Que elimine completamente el trabajo humano.
- C. Que fortalezca confianza pública mediante revisión y evidencia verificable.

- D. Que sustituya la revisión por pares.
- E. Que automatice todos los procesos académicos.

¿Qué elemento resulta fundamental para una divulgación científica responsable apoyada por IA?

- A. Publicar resultados sin explicación metodológica.
- B. Eliminar revisión humana.
- C. Mantener protocolos de revisión, documentación y explicación.
- D. Sustituir autores por algoritmos.
- E. Incrementar únicamente la velocidad de producción.

¿Qué representa la alfabetización algorítmica en entornos educativos?

- A. Memorizar nombres de plataformas digitales.
- B. Comprender usos, límites y efectos de sistemas inteligentes.
- C. Evitar tecnologías dentro del aula.
- D. Sustituir docentes por sistemas automáticos.
- E. Reducir el aprendizaje a herramientas digitales.

¿Cuál es un uso adecuado de inteligencia artificial dentro de Educación 4.0?

- A. Reemplazar totalmente la mediación docente.
- B. Eliminar evaluación crítica.
- C. Apoyar procesos de aprendizaje manteniendo objetivos y supervisión humana.
- D. Sustituir procesos pedagógicos por automatización total.
- E. Eliminar actividades colaborativas.

¿Qué riesgo puede aparecer dentro del diseño gráfico y la cultura visual apoyados por IA?

- A. Mayor acceso a herramientas creativas.
- B. Eliminación automática de sesgos visuales.
- C. Producción de representaciones estereotipadas o engañosas.
- D. Aumento de procesos creativos.
- E. Reducción de tiempos de diseño.

¿Qué aspecto debe revisarse antes de utilizar imágenes generadas mediante inteligencia artificial?

- A. Solo resolución y tamaño de imagen.
- B. Únicamente velocidad de producción.
- C. Autoría, sesgos visuales y pertinencia cultural.

- D. Número de colores utilizados.
- E. Cantidad de efectos incorporados.

¿Qué papel adquiere el comunicador en escenarios mediados por inteligencia artificial?

- A. Operador técnico exclusivamente.
- B. Sustituto automático de sistemas digitales.
- C. Curador, auditor y mediador de procesos algorítmicos.
- D. Administrador de archivos únicamente.
- E. Diseñador gráfico exclusivamente.

¿Qué caracteriza una adopción responsable de inteligencia artificial?

- A. Dependencia absoluta de una sola plataforma.
- B. Eliminación de protocolos institucionales.
- C. Integración entre objetivos, revisión y aprendizaje continuo.
- D. Sustitución completa de decisiones humanas.
- E. Automatización sin evaluación.

¿Qué competencia profesional resulta transversal para el futuro de la comunicación?

- A. Repetir procedimientos tecnológicos automáticamente.
- B. Memorizar instrucciones sin análisis crítico.
- C. Evaluar resultados y documentar procesos.
- D. Utilizar únicamente herramientas comerciales.
- E. Evitar trabajo interdisciplinario.

¿Qué principio orienta una práctica comunicacional sostenible con IA?

- A. Incrementar automatización sin límites.
- B. Priorizar velocidad sobre responsabilidad.
- C. Integrar tecnología con criterio, evidencia y responsabilidad profesional.
- D. Eliminar procesos de revisión humana.
- E. Sustituir experiencia profesional por algoritmos.

4.8 Respuestas y razonamientos

1. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: El uso responsable de IA en comunicación científica depende de transparencia, evidencia verificable y fortalecimiento de confianza pública.

2. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: Los procesos de documentación y revisión permiten sostener credibilidad y justificar decisiones comunicacionales.

3. Respuesta correcta: B.

Razonamiento: La alfabetización algorítmica implica comprender capacidades, limitaciones y consecuencias derivadas del uso tecnológico.

4. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La IA puede apoyar procesos educativos siempre que mantenga objetivos pedagógicos y supervisión docente.

5. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: Las imágenes generadas mediante IA pueden reproducir sesgos o producir interpretaciones engañosas.

6. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La revisión debe considerar aspectos éticos y culturales además de características técnicas.

7. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: El comunicador contemporáneo también cumple funciones de curaduría, auditoría y mediación tecnológica.

8. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La sostenibilidad tecnológica depende de objetivos claros, aprendizaje institucional y supervisión permanente.

9. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: El futuro profesional exige capacidades relacionadas con evaluación crítica y trazabilidad.

10. Respuesta correcta: C.

Razonamiento: La tecnología adquiere valor cuando se integra con responsabilidad profesional y procesos verificables.

Bibliografía

- Amaya, C., & Cueva, D. (2025). Inteligencia artificial y comunicación política en campañas electorales: Mirada crítica, implicaciones y desafíos. *Revista Social Fronteriza*, 5(2).
<http://www.revistasocialfronteriza.com/ojs/index.php/rev/article/view/687>
- Armas, A. (2025). El impacto de la inteligencia artificial en los medios de comunicación tinerfeños. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/42588/EI%20impacto%20de%20la%20inteligencia%20artificial%20en%20los%20medios%20de%20comunicacion%20tinerfenos.pdf?sequence=1>
- Atausinchi, A., Atausinchi, D., & Contreras, R. (2025). Inteligencia artificial generativa y medios de comunicación: Cómo las tecnologías emergentes transforman la gestión de la información pública. *Impulso, Revista de Administración*, 5(10), 382-395.
<https://revistaimpulso.org/index.php/impulso/article/view/496>

Buitrago-Ciro, J., Morales, E., & Villamizar, C. L. (2025). ¿Cómo está transformando la inteligencia artificial la comunicación científica? Desafíos, oportunidades y el papel de los actores involucrados: Una revisión de alcance.

https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/1284/1/59032_ART_7.pdf

Castillero-Ostio, E., Moreno-Cabanillas, A., & Serna-Ortega, Á. (2025). Comunicación, IA y divulgación científica: Estudio de caso del diario Le Monde. Transformaciones Culturales y Comunicativas en la Era de la Inteligencia Artificial, 117.

[https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)

[2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)
[na_Nueva_Herramienta_Postfotografica_En_Transfor](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)
[maciones_Culturales_y_Comunicativas_en_la_Era_de](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)
[_la_Inteligencia_Artificial/links/68dd9670220a341aa](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)
[151dcc1/Inteligencia-Artificial-IA-una-Nueva-](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)
[Herramienta-Postfotografica-En-Transformaciones-](https://www.researchgate.net/profile/Eva-Garcia-Cisneros-2/publication/396084818_Inteligencia_Artificial_IA_u)

Culturales-y-Comunicativas-en-la-Era-de-la-
Inteligencia-Artificial.pdf#page=117

Cerna, L. M. H. (2025). El diseñador gráfico frente a la IA: Usos, impactos, ética y el futuro de la creatividad. *Paradigma Creativo*, 6(1), 38-55. <https://paradigmacreativo.uanl.mx/index.php/revista/article/view/66>

Checa, F. (2025). IA generativa y campañas publicitarias: Retos sociales, éticos y normativos en la transformación algorítmica de la comunicación corporativa. *Colloquia, Revista de pensamiento y cultura*. https://www.academia.edu/download/125826663/Colloqui_IA.pdf

Checa, F., & Núñez, V. (2025). IA generativa y campañas publicitarias: Retos sociales, éticos y normativos en la transformación algorítmica de la comunicación corporativa. *Colloquia, revista académica de pensamiento y cultura*, 12. <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/3156>

- de Frutos, S. V. (2025). Ciudadanía mundial como nuevo actor transcultural frente a la globalización desinformativa. Una mirada hacia la comunicación sostenible mediada por la inteligencia artificial. *Revista electrónica de estudios internacionales (REEI)*, (49), 55-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10288324>
- Díaz, M., & Díaz, G. (2025). «Doctor, ¿hablamos el mismo idioma?». *Ética, traducción e inteligencia artificial*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/108319>
- Fernández, C., & Pérez, R. (2025). Impacto y adopción de la Inteligencia Artificial en la comunicación organizacional en Chile y España. *Revista de Comunicación*, 24(2), 127-139. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/3899>
- Gil, A., & Presol, Á. (2026). Comunicación persuasiva con IA: Personalización, confianza y retos éticos. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 16(1), 37-69.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10563951>

Giraldo, J., & Muñoz, I. (2025). Comunicación científica y ética en la era de la Inteligencia Artificial. *Acta Scientiæ Informaticæ*, 9(2).
<https://revistas.unicordoba.edu.co/index.php/asinf/article/view/4189>

González, C., Rubio, A., & Martín, A. (2026). Comunicación visual y representación de contenidos en la IA: Sesgo algorítmico y visualización de datos en ChatGpt. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 17(1), 113-131.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10523517>

Granados, J., Maldonado, M., Zavala, F., & Gómez, S. (2025). Tecnología de la comunicación y gestión de la información con herramientas de inteligencia artificial. La educación y el impacto tecnológico actual con inteligencia artificial, 91.
<https://astraeditorialshop.com/wp->

content/uploads/2025/03/4_Tecnologia-de-la-Comunicacion-y-Gestion_.pdf

Grandi, N., & Larrondo, M. (2025). Inteligencia artificial, ética y legislación: Consideraciones en torno al derecho humano a la libertad de expresión. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 10(3). <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/8479>

Hidalgo, J., & Portas, E. (2025). Productividad y creatividad: Explorando el uso y la apropiación de la inteligencia artificial en la comunicación contemporánea en México. *Comunicación y sociedad*, 22. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2025000100403&script=sci_arttext

Jaramillo, B. (2025). Comunicación digital en la era de la inteligencia artificial. *Scripta Mundi*, 4(1), 5-8. <https://revistas.ug.edu.ec/index.php/scmu/article/view/2227>

Lassi, A., & Videla, S. (2025). Inteligencia Artificial, investigación sobre desarrollos socio-técnicos y

- comunicación. Papeles de Trabajo, 19(36).
<https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/papdetrab/article/view/2325>
- Lema, Á. (2026). La comunicación audiovisual en tiempos de inteligencia artificial.
<https://reunir.unir.net/bitstreams/0a51978c-0a30-4df2-9b84-d7cda069dd5f/download>
- Lopes, C., Garcia, A. L., Oliveira Junior, R. de, & Silva, R. M. da. (2025). Ética en la comunicación científica: Navegando entre principios y algoritmos. *Práxis Educativa*, 20.
http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1809-43092025000100207&script=sci_abstract&tlng=es
- López, C. (2025). IA y narrativas emergentes hacia una reconfiguración de la comunicación social en la cultura digital. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (283).
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/download/12703/22249>
- MartíBarrales, A. (2025). RUTAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ANTE LA

INTELIGENCIA ARTIFICIAL. Hilos del conocimiento: narrativas de educación e inteligencia artificial, 99. https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Barrales/publication/391597197_Rutas_para_la_investigacion_en_comunicacion_ante_la_inteligencia_artificial/links/681e2fd7ded433155744f6ea/Rutas-para-la-investigacion-en-comunicacion-ante-la-inteligencia-artificial.pdf#page=101

Martín-Herrero, J., & Oyarzun, Á. (2025). Inteligencia artificial y comunicación intercultural: Estrategias y herramientas para superar los retos de las organizaciones. *Revista Protocolo y Comunicación*, 3(5).

<https://revistaprotocoloycomunicacion.org/index.php/rpyc/article/view/79>

Méndez, J. (2025). Ética e inteligencia artificial en las organizaciones. *Clío. Revista de Historia, Ciencias Humanas y Pensamiento Crítico.*, (10), 698-738. <http://ojs.revistaclio.es/index.php/edicionesclio/articloe/view/298>

- Nunes, S. B., & Nunes, R. (2025). Ética, igualdad e inteligencia artificial. *Revista Bioética*, 33, e3981PT. <https://www.scielo.br/j/bioet/a/y4s8PWTDX8mqVgwyzJRtcMv/?lang=es>
- Ochoa, V., Moncayo, C., & Armijos, D. (2025). Inteligencia Artificial como herramienta para creación de contenidos en el diseño gráfico y la comunicación. *Maestro y Sociedad*, 22(4), 3530-3538. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/download/7271/10031>
- Peñafiel, A., & Chavero, P. D. (2025). El uso de la inteligencia artificial en la construcción de la noticia y su relación con las prácticas de ética periodística en el medio digital Ecuador Play. <https://www.sidalc.net/search/Record/dig-falcsoandes-10469-23833/Description>
- Polledo-Zulueta, Y. (2025). Taxonomía de la investigación sobre ética de la comunicación mediática. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-18. <https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1676>

Ramírez, F. (2025). Con IA o sin IA, la ética es la clave. *Escribanía*, 23(2).

<https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/5512>

Rodríguez, L., & Borau, E. (2025). Inteligencia artificial y comunicación estratégica en la era de la desinformación: Retos y desafíos. *La integración de la inteligencia artificial en la comunicación digital*, 147-162.

<https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=6057166&publisher=FZ8148#page=149>

Ruiz, G., & Vasco, J. (2025). Integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) e inteligencia artificial (IA) en la formación docente. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 13(29), 60-70.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10342382>

Sánchez, A. G., del Pilar Gibert-Delgado, R., Tapia-Sosa, E. V., Comerón, T. M., & Tellez, L. de las M. F. (2025). Educación científica 4.0 e inteligencia artificial:

Transformando la comunicación científica en el ecosistema digital. *Maestro y Sociedad*, 22(3), 1982-1996.

<https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/7077>

Sánchez, P., & Paradinas, M. (2025). El Marketing Directo y la Ley sobre Inteligencia Artificial (IA): Un nuevo paradigma en Comunicación. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-17.

<https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1504>

Sánchez-Pita, F., Ramiro, R., & Puebla-Martínez, B. (2025). La IA en la gestión documental de los medios de comunicación: Innovación, automatización y ética.

<https://reunir.unir.net/handle/123456789/18206>

Urquía, Í., & Zazo, L. (2025). Comunicación digital y nuevas herramientas: La inteligencia artificial en el aula. *Realidades conectadas: medios, cultura y sociedad en la era digital*, 279-292.

<https://www.researchgate.net/profile/Clara-Sanchez-Rebato->

[Valiente/publication/390836164_SUBJECTIVITY_IN_](https://www.researchgate.net/profile/Clara-Sanchez-Rebato-Valiente/publication/390836164_SUBJECTIVITY_IN_)

BOOKTUBERS'_VERBAL_COMMUNICATION_INTER
NATIONAL_STUDY_OF_YOUNG_ADULT_BOOK_RE
VIEWS/links/67ffcb49df0e3f544f4259fc/SUBJECTIVIT
Y-IN-BOOKTUBERS-VERBAL-COMMUNICATION-
INTERNATIONAL-STUDY-OF-YOUNG-ADULT-
BOOK-REVIEWS.pdf#page=280

Vega-Reinel, S., Palacios-Zuñiga, R., Pazmiño-Gaibor, Á.,
Peña, P., & García-Laje, C. A. (2025). Implicaciones
éticas del uso de inteligencia artificial generativa en la
formación universitaria, dilema entre la innovación
tecnológica y la responsabilidad académica. Revista
Científica Arbitrada de Investigación en
Comunicación, Marketing y Empresa
REICOMUNICAR. ISSN 2737-6354., 8(15), 833-851.
[http://www.reicomunicar.org/index.php/reicomunica
r/article/view/428](http://www.reicomunicar.org/index.php/reicomunica
r/article/view/428)

Zambrano, J. I. (2025). Narrativas del futuro: Inteligencia
artificial en la comunicación visual. Revista Enfoques
de la Comunicación, (13), 190-225.
[https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index
.php/rec/article/view/245](https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index
.php/rec/article/view/245)

Zegarra, N. J. (2025). La inteligencia artificial y la ética en las publicaciones científicas: Un desafío emergente.

INGENIERÍA INVESTIGA, 7.

<https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/ingenieria/article/view/1098>

COMUNICACIÓN SOCIAL

EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL:

NARRATIVAS, ÉTICA Y PODER DIGITAL

Este libro ofrece una mirada crítica y actualizada sobre el impacto de la inteligencia artificial en la comunicación social. A través de un recorrido por el periodismo automatizado, la comunicación organizacional, las campañas políticas, la publicidad, la comunicación científica, la educación y la creatividad visual, explora cómo los sistemas inteligentes están transformando la producción, circulación y consumo de mensajes en la sociedad contemporánea.

Con un enfoque ético, interdisciplinario y orientado a la práctica, esta obra invita a profesionales, estudiantes, investigadores y creadores a comprender los desafíos y oportunidades que plantea la IA, para comunicar con responsabilidad, transparencia y sentido social en la era digital.



ANÁLISIS ACTUAL Y PROFUNDO

Explora cómo la IA redefine las narrativas, los métodos y los roles en la comunicación social.



ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

Reflexiona sobre los dilemas éticos, el poder de los algoritmos, la desinformación y la protección de datos.



ENFOQUE MULTIDISCIPLINARIO

Integra perspectivas del periodismo, la comunicación organizacional, la política, la publicidad, la educación y la creatividad.



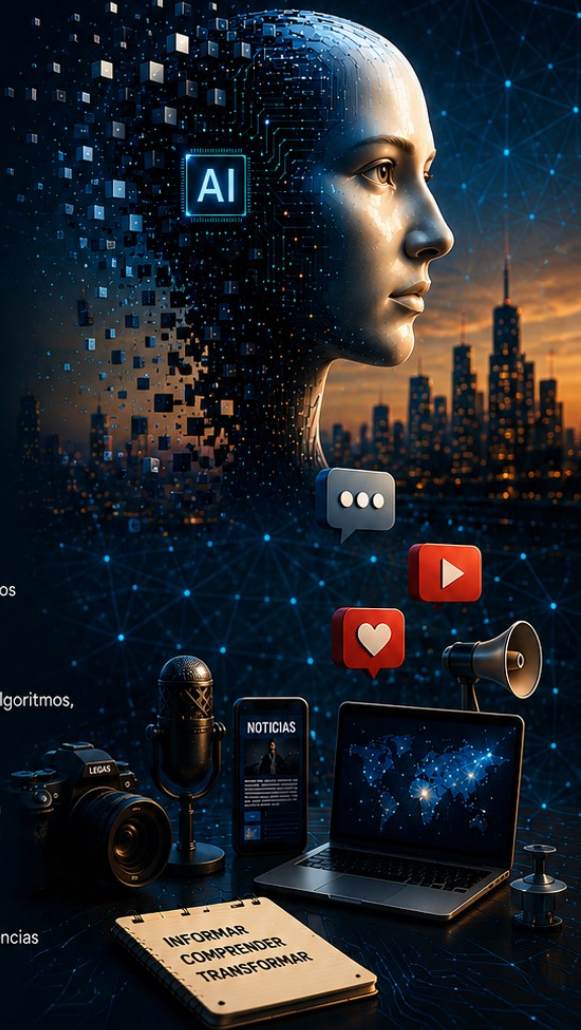
HERRAMIENTAS Y COMPETENCIAS

Propone rutas de formación y desarrollo de competencias para comunicar de manera crítica y efectiva con IA.



VISIÓN DE FUTURO

Invita a construir un ecosistema comunicacional más justo, inclusivo y sostenible en la era de la inteligencia artificial.



“ La comunicación no solo transmite información, construye realidades. En la era de la IA, el poder está en cómo contamos esas historias. ”

 **Live Working**
EDITORIAL

ISBN: 978-9942-580-67-2



9 789942 580672