



SERIE ENSAYOS

TRANSFORMACIONES DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA TECNOLÓGICA

CESAR ANDRAUS QUINTERO
- COMPILADOR -

PUBLIS
EDITORIAL

TRANSFORMACIONES DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA TECNOLÓGICA

TRANSFORMACIONES DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA TECNOLÓGICA

CESAR ANDRAUS QUINTERO
- COMPILADOR -

PUBLIS
EDITORIAL

2025

© Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica
© Cesar Andraus Quintero

Primera edición
Publisciencia S.A.S
Número de páginas:81
Tamaño: 15 cm x 21 cm
ISBN: 978-9942-7377-4-8

Compilador: Cesar Andraus Quintero

Autores: Cristhian Paúl Santacruz González, Luis Eduardo Ynciarde González,
Liza Antonieta Bahamonde Zúñiga, Wladimir Tocain Pineida,
Andrés Esteban Hernández Altamirano y Sheldon Augusto López Montenegro

Datos editoriales

Publis Editorial
s/n Calle Absalon Toala Barcia e/ Av. Pablo Zamora y Calle Ramón Edulfo Cedeño
Apartado postal: 130103 - Portoviejo, Ecuador
Teléfono: (+593) 983160635
www.publiseditorial.com

Equipo editorial

Diseño de portada y diagramación:
María Gabriela Miranda Mera

Corrección de estilo:
Daliannis Rodríguez Céspedes

La versión original del texto publicado en este libro fue sometida a un riguroso proceso de revisión por pares, conforme a las normas editoriales de Publis Editorial.

Los contenidos, opiniones e interpretaciones expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de los autores y no reflejan necesariamente la postura de la editorial.

© 2025, Cesar Andraus Quintero. Todos los derechos reservados.

Este libro no puede ser reproducido total ni parcialmente, ni registrado en, o transmitido por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio –sea mecánico, electrónico, fotográfico, magnético o de otro tipo– sin el permiso previo y por escrito del titular de los derechos.

Para solicitar autorizaciones especiales, escribir a:
editor@publiseditorial.com

Las imágenes, figuras, fotografías y otros materiales incluidos en esta publicación están protegidos por derechos de autor y/o licencias específicas. Su reutilización puede requerir permisos adicionales por parte de los respectivos titulares de derechos. Es responsabilidad del usuario gestionar dichos permisos.

CONTENIDO

XI Prólogo

Saudia Levoyer

1 Introducción

Cesar Andraus Quintero

4 Capítulo 1

Epistemología de la Comunicación: Construcción del Conocimiento y Transformaciones Contemporáneas.

Cristhian Paúl Santacruz González

25 Capítulo 2

Narrativas transmedias: una reflexión sobre el relato periodístico digital en la construcción del discurso.

Luis Eduardo Ynciarte González

34 Capítulo 3

El Impacto de la Comunicación en la Sociedad Ecuatoriana en la Era de la Inteligencia Artificial.

Liza Antonieta Bahamonde Zúñiga

52 Capítulo 4

Comunicación: ¿una ciencia, una disciplina, un arte, es merengue, no merengue? Un debate ahora mediado por la evolución tecnológica.

Wladimir Tocaín Pineida

63 Capítulo 5

La Comunicación frente a la evolución de la Inteligencia Artificial.

Andrés Esteban Hernández Altamirano y Sheldon Augusto López Montenegro



TRANSFORMACIONES DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA TECNOLÓGICA

PRÓLOGO

La tecnología nos cambió la vida a todos, especialmente luego de la pandemia del Covid-19. A partir del confinamiento quienes contábamos con internet y aparatos tecnológicos como computadoras, tabletas o teléfonos inteligentes, dejamos nuestros sustos a un costado y nos acercamos a ella por el uso que se debía darle para trabajar, comunicarse, educarse o entretenerse. Esta inmersión en la tecnología significó también aprender masiva y rápidamente las oportunidades y las desventajas que implican formar parte de este nuevo espacio.

En este libro Transformaciones de la Comunicación en la Era Tecnológica se abordan estos dos últimos temas, es decir lo que podemos obtener de bueno y de malo por el uso masivo de los diferentes aparatos tecnológicos y de la hiperconexión. Los autores hacen un paseo por la epistemología, la narrativa transmedia y la inteligencia artificial. Y en ese viaje dan pinceladas sobre el periodismo, la polarización, la opinión pública, los relatos, la circulación de contenidos, la recepción de mensajes o la ética del campo.

Si coinciden en algo los seis autores de este trabajo es que se necesita debatir lo que poco a poco vamos descubriendo de esta nueva era de la comunicación, que es parte de una de las industrias más grandes e impresionantes de estos años. Y planteo los adjetivos grandes e impresionantes porque lo son. En lo económico, por ejemplo, son oligopolios que se han ido asentando en los diferentes países a través de servicios de acceso al internet, buscadores, plataformas de comunicación, de compras, de servicios, de negocios... siempre que colaboremos con la entrega de nuestros datos.

Algo tan inofensivo como escribir nuestro nombre, nuestro correo electrónico, contestar algunas preguntas sobre lo que nos

agrada o no, subir una foto, una imagen, lo que de alguna manera dice quienes somos y es nuestra carta de presentación, ahora circula por todas partes y se utiliza para que, en lo político, se maneje con diferentes fines. Uno de ellos, y que ha llevado a otros problemas, es la desinformación, los fanatismos, la división de las sociedades, de las familias, de los amigos. Y, detrás de aquello, el riesgo para el sistema democrático, la preferencia de los votantes por regímenes autoritarios (sin importar de qué tendencia son), la falta de pluralismo, de buenos ciudadanos, de sistemas de intermediación que fortalezcan la institucionalidad de los países.

Estas reflexiones constituyen un ejercicio importante para estudiantes de las múltiples disciplinas con las que se relaciona la comunicación, porque nos abre un espacio para echar una mirada a este nuevo mundo, a la transformación cultural que estamos viviendo, y a cómo nos estamos comunicando en la era de los algoritmos, en donde la ética es más necesaria que nunca, porque si las personas somos vistas únicamente como datos que sirven para vender productos o incidir en sus decisiones, estamos perdiendo el sentido y dejando que ciertas líneas de pensamiento se afiancen como los únicos relatos válidos en nuestras sociedades.

Dra. Saudia Levoyer Salas, PhD.

***Doctora en Comunicación e Información Contemporánea
Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)***

INTRODUCCIÓN

Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica es una obra colectiva que reúne reflexiones, análisis y propuestas críticas en torno a los profundos cambios que ha experimentado la comunicación en las últimas décadas. La acelerada irrupción de las tecnologías digitales, la expansión de internet y el desarrollo de la inteligencia artificial han configurado un escenario donde los modos de producir, circular y consumir mensajes se han redefinido radicalmente, afectando tanto a los ámbitos académicos como a los profesionales, sociales y políticos.

CAPÍTULO 1: EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN: CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TRANSFORMACIONES CONTEMPORÁNEAS (CRISTHIAN PAÚL SANTACRUZ GONZÁLEZ).

El texto inaugura la obra con una reflexión sobre las bases epistemológicas del campo. Santacruz propone un recorrido por los principales aportes teóricos —desde McLuhan y Habermas hasta Valdetaro y Sibilia— para mostrar cómo la comunicación ha pasado de concebirse como transmisión lineal a consolidarse como un proceso generador de sentido, subjetividad y transformación social. El capítulo destaca la importancia de comprender la comunicación en diálogo con la educación, la ciencia y la cultura digital, subrayando su papel en la producción de conocimiento y en la construcción de ciudadanía crítica.

CAPÍTULO 2: NARRATIVAS TRANSMEDIAS: UNA REFLEXIÓN SOBRE EL RELATO PERIODÍSTICO DIGITAL EN LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO (LUIS EDUARDO YNCIARTE GONZÁLEZ).

YnciarTE sitúa la mirada en el periodismo contemporáneo y sus mutaciones digitales. A partir del concepto de narrativas transmedia,

analiza cómo el periodismo construye relatos en un ecosistema marcado por la inmediatez, la fragmentación de audiencias y el predominio de titulares breves. El autor advierte sobre los riesgos del fast content, pero también señala la capacidad del periodismo digital de articular memorias colectivas y generar discursos que inciden en la esfera pública.

CAPÍTULO 3: EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (LIZA ANTONIETA BAHAMONDE ZÚÑIGA).

En el tercer capítulo, Bahamonde centra su reflexión en el impacto de la comunicación digital y de la inteligencia artificial en la sociedad ecuatoriana. Su aporte revela cómo los algoritmos amplifican ciertos discursos, favorecen la polarización y facilitan la propagación de mitos digitales, al tiempo que ofrecen nuevas oportunidades para la participación ciudadana y la movilización social. El análisis evidencia la necesidad urgente de alfabetización mediática y pensamiento crítico como mecanismos para enfrentar la desinformación y fortalecer la democracia en la era digital.

CAPÍTULO 4: COMUNICACIÓN: ¿UNA CIENCIA, UNA DISCIPLINA, UN ARTE, ES MERENGUE, NO MERENGUE? UN DEBATE AHORA MEDIADO POR LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA. (WLADIMIR TOCAÍN PINEIDA)

El cuarto capítulo, Tocaín plantea un provocador debate en torno a la pregunta ¿la comunicación es ciencia, disciplina o arte?. Bajo un tono reflexivo y crítico, el autor examina cómo la evolución tecnológica reconfigura este dilema histórico, invitando a repensar los límites y posibilidades de la comunicación como campo de estudio. A través de un análisis de las prácticas comunicacionales en la era digital, se propone que la comunicación es un espacio interdisciplinar que combina rigor científico, creatividad artística y aplicación práctica.

CAPÍTULO 5: LA COMUNICACIÓN FRENTE A LA EVOLUCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. (ANDRÉS ESTEBAN HERNÁNDEZ ALTAMIRANO Y SHELDON AUGUSTO LÓPEZ MONTENEGRO)

Finalmente, en el quinto capítulo, Hernández y López abordan el tema de la comunicación frente a la evolución de la inteligencia artificial. Su trabajo examina cómo la IA se ha convertido en un factor disruptivo que afecta la producción, circulación y recepción de mensajes, generando oportunidades de innovación, pero también dilemas éticos relacionados con el control social, la infoxicación y la autonomía individual. El capítulo invita a reflexionar sobre los escenarios futuros de la disciplina en un entorno marcado por tecnologías emergentes.

En su conjunto, los cinco capítulos ofrecen un mosaico de perspectivas que evidencian la riqueza y complejidad del campo de la comunicación. La epistemología, el periodismo digital, la inteligencia artificial, los debates disciplinarios y las proyecciones tecnológicas se entrelazan en un volumen que invita a repensar la comunicación no solo como transmisión de información, sino como un fenómeno constitutivo de la vida social y cultural en la era tecnológica.

Así, Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica se convierte en una contribución relevante para investigadores, docentes, estudiantes y profesionales, al abrir un espacio de diálogo crítico sobre las mutaciones del campo y las posibilidades de imaginar futuros más inclusivos, democráticos y creativos para la comunicación contemporánea.

Cesar Andraus Quintero
Compilador

CAPÍTULO 1

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN: CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TRANSFORMACIONES CONTEMPORÁNEAS

CRISTHIAN PAÚL SANTACRUZ GONZÁLEZ

CITAR COMO

Santacruz González, C. D. (2025). Epistemología de la Comunicación: Construcción del Conocimiento y Transformaciones Contemporáneas. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica* (pp. 5–24). Publis Editorial.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.18196530>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18196530>

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN: CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TRANSFORMACIONES CONTEMPORÁNEAS

Autor

Cristhian Paúl Santacruz González

<https://orcid.org/0009-0007-4437-7634>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador

cristhian.santacruz@uasb.edu.ec

- INTRODUCCIÓN -

La comunicación, entendida como un fenómeno complejo, ha sido objeto de múltiples aproximaciones teóricas y metodológicas a lo largo de su consolidación como campo académico. Desde sus primeros enfoques centrados en la mera transmisión de mensajes hasta las perspectivas actuales que la abordan como una construcción simbólica, cultural y social, la comunicación ha evidenciado una profunda transformación epistemológica. En este contexto, la epistemología de la comunicación se convierte en una herramienta crítica para comprender no solo el origen, validez y producción del conocimiento en este campo, sino también sus implicaciones en la vida social, política, educativa y científica.

Este artículo se propone reflexionar sobre los principales fundamentos teóricos que han dado forma al pensamiento comunicacional contemporáneo, analizando su evolución desde una mirada multidisciplinar.

Asimismo, se exploran sus aplicaciones en diversos ámbitos — profesional, académico, científico y digital—, destacando cómo la

comunicación, más allá de los medios y el marketing, se constituye como un proceso generador de sentido, subjetividad y transformación social. A través del diálogo con autores como McLuhan, Habermas, Luhmann, Freire, Valdetaro y Sibilia, se problematiza la cientificidad del campo y se destaca la necesidad de una mirada crítica frente a los desafíos que plantea la sociedad digital contemporánea.

- DESARROLLO -

Cuando un estudiante ingresa a la universidad, la mochila académica representa el conjunto de conocimientos, habilidades y herramientas intelectuales que cada uno de los estudiantes lleva consigo, para afrontar el desafío del aprendizaje superior. En el contexto de la epistemología de la comunicación, esta mochila se nutre de las principales teorías y enfoques que han dado forma a la disciplina.

Autores como Marshall McLuhan (1964), con su concepto del medio como mensaje, Jürgen Habermas (1981), quien analiza la comunicación desde la perspectiva de la acción comunicativa, y Niklas Luhmann (1998), con su teoría de los sistemas sociales, ofrecen bases fundamentales para comprender cómo se construye el conocimiento en este campo.

Así, la epistemología de la comunicación no solo permite entender el origen y la validez del conocimiento en la disciplina, sino que también dota al estudiante de herramientas críticas para analizar el complejo entramado de los medios, la sociedad y el lenguaje.

La comunicación, en su faceta científica, ha evolucionado significativamente en las últimas décadas. Inicialmente, la comunicación fue abordada de forma simplista, principalmente como un acto de transmisión de mensajes entre emisor y receptor.

Sin embargo, con el avance de la epistemología y el desarrollo de nuevas teorías y metodologías, la comunicación pasó a ser entendida como un proceso más complejo que involucra factores culturales, contextuales, sociales y tecnológicos.

Jósean Larrión Cartujo (2006) presenta ideas pertinentes en cuanto al estudio de la ciencia dentro del ámbito social; desde diversas perspectivas teóricas, este concepto ha sido interpretado de distintas maneras, ya que su significado ha sido moldeado a lo largo del tiempo. En el pasado, este ámbito de estudio se consideraba exclusivo de las ciencias naturales. No obstante, se ha demostrado que la generación de conocimiento también puede ser analizada como un objeto de estudio dentro de las ciencias sociales.

Como afirma el autor, “cabe pensar que el complejo ciencia y tecnología puede llegar a constituir un muy pertinente objeto de estudio sociológico” (p. 21). A partir del siglo XIX, con el auge de las ciencias sociales, la comunicación se vincula al análisis social. Autores como Émile Durkheim y Max Weber consideran cómo las interacciones humanas generan cohesión social o dominación.

El autor Tanius Karam Cárdenas explica que:

Para los estudios de la comunicación, el debate sobre lo “científico” o la cientificidad del campo ha adoptado múltiples formas, que van desde la franca molestia frente a lo que se considera poco sostenible —una suerte de “razón perezosa” entre los investigadores—, hasta reflexiones más sistemáticas sobre su estatus epistemológico. Entre quienes han recorrido este derrotero intelectual se encuentran Raúl Fuentes Navarro, Jesús Galindo y Héctor Gómez, destacados docentes en teorías de la comunicación, cuyas producciones han contribuido al análisis y consolidación del campo académico de la comunicación. (Karam Cárdenas, 2007, p. 97)

En la actualidad, la epistemología de la comunicación se extiende a diferentes disciplinas, como las ciencias sociales, las ciencias naturales, las humanidades y las ciencias de la comunicación. En este último campo, la comunicación se ha consolidado como una disciplina científica que no solo se interesa por la transmisión de información entre individuos, sino también por los procesos de construcción, interpretación y transformación del conocimiento a través de los medios.

APLICACIONES EN DIVERSOS ÁMBITOS

Ámbito profesional

En el ámbito profesional, la comunicación como ciencia tiene múltiples aplicaciones. En las empresas y organizaciones, se estudian los procesos comunicativos internos y externos para mejorar la gestión, el liderazgo, la imagen corporativa y las relaciones con los *stakeholders*¹. En la publicidad y el marketing, el conocimiento científico de la comunicación permite crear campañas más efectivas, diseñando mensajes que conecten mejor con los públicos y fomenten el comportamiento deseado.

Empero, la comunicación es un fenómeno complejo y multidimensional que no puede reducirse únicamente a marketing, publicidad, televisión o cualquier otra forma mediática específica.

Si bien estas áreas son expresiones visibles de la comunicación, limitar su comprensión a estos ámbitos implica ignorar su verdadera esencia: el proceso de intercambio de significados que ocurre en todas las interacciones humanas, desde las conversaciones cotidianas hasta la construcción de conocimiento en la sociedad.

1 Los stakeholders son todas aquellas personas, grupos u organizaciones que tienen un interés directo o indirecto en una empresa, proyecto o institución, y que pueden afectarla o verse afectados por sus decisiones, actividades o resultados.

La comunicación abarca desde el lenguaje verbal y no verbal hasta las estructuras culturales que moldean nuestra percepción del mundo, influyendo en las relaciones interpersonales, la educación, la política y la organización social.

La autora Sandra Valdetarro con respecto a la generalización de la comunicación apunta lo siguiente:

Tratándose la capacidad de comunicación de una dotación general de la especie, su ejercicio en tanto “profesión” requiere construir un lenguaje teórico y técnico específico, un metalenguaje propio; es decir, contra el riesgo de dilución en lo general de la comunicación, la “comunicación” requiere especificarse como algo distinto a la comunicación, justamente, como no-generalista. De ahí, de dicha necesidad profesionalística, surge su especificidad disciplinar, es decir, su “diferencia”, y en consecuencia forma un “dominio de objetos” de los cuales se ocupa mediante ciertos tipos de perspectivas y procedimientos y, por todo ello, se funda como “ciencia”. (Valdetarro, 2015, p. 18)

Entonces, considerarla solo como una herramienta de persuasión comercial o entretenimiento audiovisual es una visión reduccionista que desestima su impacto en la identidad, la construcción del pensamiento crítico y la evolución de las comunidades. La comunicación es la base de la convivencia, el desarrollo humano y el entendimiento mutuo, por lo que es fundamental reconocer su amplitud y profundidad más allá de los medios masivos y las estrategias publicitarias.

Desde una perspectiva epistemológica, reducir la comunicación al marketing, la publicidad o la televisión es una falacia categorial que limita su comprensión y obstruye su estudio como objeto de conocimiento.

Aunque la comunicación se expresa en el ámbito mediático, esta no se reduce a la manipulación simbólica con fines comerciales o persuasivos. Su estudio desde la epistemología implica reconocer su papel en la producción y validación del conocimiento dentro de diversas disciplinas, como la filosofía, la lingüística, la sociología y la antropología. En este sentido, la comunicación no solo se limita a los medios masivos, sino que es un elemento estructural de la interacción humana y del desarrollo del pensamiento.

Autores como Habermas (1981) han enfatizado la dimensión intersubjetiva del lenguaje, señalando que la comunicación es la base del consenso y la legitimidad en la sociedad. Desde esta óptica, la comunicación no es simplemente transmisión de información, sino un proceso dialógico donde el conocimiento se construye colectivamente a través de la argumentación, el cuestionamiento y la crítica.

Por otro lado, desde la perspectiva de la epistemología constructivista, pensadores como Paul Watzlawick (2000) han señalado que la comunicación no solo refleja la realidad, sino que la configura, es decir, no es un simple medio de transmisión, sino una herramienta que da forma a la percepción y comprensión del mundo. Este enfoque desmiente la idea de que la comunicación es meramente instrumental o mediática, pues la ubica como el eje central de la construcción de significados en la sociedad.

Minimizar la comunicación a una serie de prácticas mediáticas o publicitarias es epistemológicamente inexacto y limita su comprensión como un fenómeno esencial en la estructuración del conocimiento, la cultura y la interacción humana. Un enfoque más amplio nos permite reconocer su papel en la formación del pensamiento crítico, la evolución del conocimiento y la transformación de la sociedad.

Ámbito académico

En el campo de la educación, la epistemología de la comunicación permite a los docentes y pedagogos comprender cómo los estudiantes construyen el conocimiento y cómo los procesos comunicativos pueden ser utilizados para fomentar el aprendizaje y la participación.

El concepto de comunicación en la educación no solo se refiere a la transmisión de contenidos, sino también a la creación de un ambiente de intercambio activo entre profesores y alumnos, en el que se desarrollen habilidades críticas, reflexivas y de cooperación.

En este ámbito Sandra Valdettaro a la vez sostiene que la comunicación no solo debe ser abordada como un fenómeno instrumental, sino como un proceso fundamental en la construcción de subjetividades, sentidos y prácticas educativas y argumenta lo siguiente:

El vínculo entre comunicación y educación forma parte también de un área de estudios que cuenta tanto con una frondosa tradición como con un importante desarrollo en la actualidad. Se plantea los dilemas con que se encuentra el campo educativo en un ambiente socio-cultural atravesado por lenguajes digitales. Constituye, por tanto, un desafío epistemológico que tiene que ver con la posibilidad de construir definiciones generacionales, identitarias y experienciales de los actores involucrados en los procesos educativos, tendiendo a comprender la reconfiguración de subjetividades que dicho proceso implica. (Valdettaro, 2015, p. 184)

En este sentido, Valdettaro retoma enfoques como los de Jesús Martín-Barbero, que proponen una mirada a la comunicación como un proceso cultural e histórico, donde la educación juega un papel central en la configuración de los saberes y en la circulación del conocimiento.

Desde la epistemología de la comunicación, su trabajo invita a repensar la educación no solo como un espacio de enseñanza formal, sino como un entramado de interacciones donde el conocimiento se negocia y se transforma. Esto implica superar modelos unidireccionales de comunicación educativa (como la enseñanza tradicional basada en la mera transmisión de contenidos) para reconocer que el aprendizaje se da en dinámicas de interacción, diálogo y construcción colectiva de sentido.

Es preciso destacar el papel de las tecnologías de la comunicación y la cultura digital en los procesos educativos contemporáneos, señalando cómo estas herramientas transforman las formas de aprendizaje y el acceso al conocimiento. En este aspecto, su trabajo resuena con perspectivas como las de Paulo Freire, quien planteaba que la educación debe ser un proceso dialógico y crítico, en lugar de un mecanismo de reproducción ideológica.

Con este lineamiento, cabe la pregunta, ¿en qué está centrado el paradigma educativo, en quién enseña o qué se aprende? Si está focalizado en quien enseña, se produce un proceso educativo vertical donde todo lo que funciona es para el educador, pero si está concentrado en la enseñanza, se genera un proceso educativo horizontal que funciona para maestro y alumno.

Como afirma Freire al decir que el proceso educativo “debe comenzar por la superación de la contradicción educador-educando. Debe fundarse en la conciliación de sus polos, de tal manera que ambos se hagan, simultáneamente, educadores y educandos” (Freire, 1970, p. 52), es decir, que el aprendizaje se produce cuando el maestro tanto como el alumno aprenden uno del otro, ambos crean conocimiento.

A lo que Camnitzer siguiendo a Freire diría, “el pensamiento de Freire claramente se inserta en la tradición que subraya el aprendizaje por sobre la enseñanza”(Camnitzer, 2008, p. 145), con la intención

de enfatizar al aprendizaje dentro de la creación de una vía del conocimiento en doble sentido que genere una retroalimentación entre profesor y estudiante, ya que la enseñanza se ha visto marcada como una vía unidireccional.

Es en este punto donde la comunicación resulta fundamental para el proceso educativo, no solo entre maestro y alumno, sino entre toda la comunidad educativa, puesto que el proceso comunicacional facilita el intercambio de ideas y conocimiento para un mejor aprendizaje y apreciación de la realidad, donde “las teorías de comunicación desempeñan un papel central en las grandes preguntas que hoy día se formulan las humanidades y las ciencias sociales, y para ello es necesario abundar en la epistemología de la comunicación como la materia en la que tal discusión tiene lugar” (Karam Cárdenas, 2007).

En palabras de Camnitzer “la educación es comunicación; es diálogo en la misma medida en que no es la transferencia de conocimiento sino el encuentro de sujetos interlocutores en busca del sentido de las significaciones” (Camnitzer, 2008, p. 146).

De este modo la educación se convierte no solo en una construcción de conocimiento, sino en una construcción de sentido donde el educador, el educando y toda la comunidad educativa entienden el objetivo de enseñar y aprender conjuntamente.

Para lograr estos procesos policéntricos-dialógicos de educación, se necesitan producir maneras alternativas de aprendizaje, a lo que muchos educadores le han apostado a la pintura, la música, el teatro, es decir, el arte en cualquiera de sus presentaciones; esto con el fin de forjar ese camino donde el sujeto participa activamente en su realidad.

Como sugiere Camnitzer, “el arte aspira a ser una manera de permitirle al público una participación en el proceso de tomar decisiones [...] equiparar a la gente con herramientas creativas”

(Camnitzer, 2008, p. 150). Es precisamente aquí donde el educador se convierte en una de las principales guías para el alumno, el mismo que se convertirá en maestro y podrá continuar reproduciendo las distintas maneras de aprendizaje en su entorno.

Ámbito científico

En la investigación científica, la comunicación también juega un papel esencial. Los investigadores no solo deben generar nuevos conocimientos, sino también compartirlos de manera clara y efectiva con la comunidad científica y el público en general. La manera en que se comunican los hallazgos de la investigación influye en la aceptación y aplicación de esos conocimientos en la sociedad, lo cual tiene implicaciones importantes en áreas como la salud pública, la tecnología y la política. Garduño-Oropeza, Zúñiga-Roca, y Aguado-López argumentan que:

La comunicación resulta pertinente si [...] se usa como punto de partida o, más despectivamente, como carta comodín, al momento de acomodar las diferentes “jugadas exegéticas” de las estructuras científicas. Este hecho la ha orillado a gozar de una cierta inmunidad ante los esfuerzos de los epistemólogos por abordar los campos de otras disciplinas desde lo que podrían ser sus fundamentos axiomáticos y los subsecuentes entramados que se desarrollaron a partir de ellos. (Garduño-Oropeza, Zúñiga-Roca, y Aguado-López, 2008, p. 24)

La comunicación no solo es un elemento fundamental en la construcción del conocimiento dentro de las ciencias, sino que también actúa como un recurso versátil que permite interpretar y reconfigurar las estructuras científicas desde distintas perspectivas. Su naturaleza flexible la convierte en un punto de partida recurrente en los análisis epistemológicos. Lo que la diferencia de otras disciplinas cuyo desarrollo ha estado más condicionado por estructuras formales y principios fundacionales rígidos.

Así, la comunicación se posiciona como un campo que trasciende los límites convencionales del conocimiento, permitiendo la interconexión y el diálogo entre las diferentes áreas del saber.

Nos invita a reflexionar sobre la naturaleza de la comunicación y su relación con el conocimiento. La comunicación es un proceso complejo y ambiguo que implica la transferencia de información, la traducción y la interpretación. Es necesario desarrollar una epistemología de la comunicación que tenga en cuenta esta complejidad y que permita comprender mejor los procesos de comunicación en la sociedad contemporánea.

Campo de aplicación en la era contemporánea

Partiendo de la Web 1.0 y la Web 2.0 que surgen a entre los siglos XX y XXI, dando un giro en la red informática mundial de información, la misma que comenzó como una herramienta para transmitir información por parte de la armada estadounidense en los años 60's después de la segunda guerra mundial (Mateos, 2018).

La Web 2.0 permite a cada usuario encontrar e intercambiar información acerca de los temas de actualidad o temas de índole particular; características escasas dentro de la Web 1.0, la cual surgió con sitios totalmente obsoletos y estáticos, sin ninguna dinámica entre usuarios (Mateos, 2018), se podría decir que fue un modo de prueba.

La Web 2.0 ha creado un sin número de plataformas interactivas para cada usuario, destacando las redes sociales como sitios más utilizados por las personas a nivel mundial; siendo lugares de recreación, entretenimiento, comunicación, enseñanza y aprendizaje por nombrar algunas características.

Plataformas como Facebook, Whatsapp, Youtube, etc., son utilizadas diariamente por cientos de estudiantes día a día, como herramientas que facilitan los procesos educativos y proponen una

nueva forma de enseñanza y aprendizaje. Como asevera Sibilia siguiendo a Corea (2004):

No sería correcto asumir que los chicos “no hacen nada” cuando ejercen ese tipo de prácticas. Es cierto que no realizan un esfuerzo de comprensión y expresión que implique procedimientos como la interpretación, el razonamiento o la deducción, pero en cambio usan la lectura y la escritura como “herramientas técnicas al servicio de la navegación y la conexión” efectuando activamente tareas como buscar, editar, conectarse a los sitios e intercambiar materiales o dudas con otros interesados. (Sibilia, 2012, p. 70)

Desde una perspectiva epistemológica de la comunicación, el desarrollo de la Web 1.0 y Web 2.0 puede analizarse en términos de la evolución de los paradigmas informacionales y relacionales dentro del ecosistema digital. En la Web 1.0, el modelo de comunicación se basaba en una estructura lineal y unidireccional, donde los emisores de contenido (principalmente instituciones y medios de comunicación tradicionales) poseían el control total sobre la información. Este modelo refleja un enfoque informacional, en el que la comunicación se concibe como transmisión de datos sin la participación activa del receptor.

La transición a la Web 2.0 supuso un cambio epistemológico significativo, pasando de un paradigma informacional a un paradigma interaccional. En este nuevo contexto, los usuarios dejaron de ser consumidores pasivos y se convirtieron en prosumidores (productores y consumidores de contenido), lo que permitió la descentralización de la información y la multiplicación de voces dentro del espacio digital. Desde la teoría de la comunicación, este giro puede asociarse con el paso de un modelo emisor-receptor tradicional a un modelo dialógico, donde la co-construcción del conocimiento y el intercambio social definen la naturaleza de la comunicación en red.

Las plataformas interactivas como Facebook, WhatsApp y YouTube han reformulado la manera en que se concibe la educación y la socialización, creando entornos comunicativos donde el conocimiento se distribuye de manera horizontal y rizomática, en contraste con los modelos verticales tradicionales de enseñanza. En este sentido, la Web 2.0 no solo transforma los canales de comunicación, sino que redefine las formas en que se produce y valida el conocimiento en la sociedad digital.

Por ejemplo, WhatsApp y Facebook ofrecen diversas herramientas para la creación de grupos, comunidades y páginas, facilitando la interacción y el intercambio de información entre los usuarios. Desde una perspectiva epistemológica, estas plataformas actúan como espacios de construcción del conocimiento, donde el aprendizaje se desarrolla a través de la interacción social, la circulación de discursos y la apropiación de saberes colectivos.

En WhatsApp, los grupos permiten la comunicación directa e inmediata entre sus miembros, posibilitando un aprendizaje colaborativo basado en la retroalimentación constante. En este entorno, el conocimiento se construye de manera dialógica, ya que los participantes pueden compartir información, debatir ideas y generar reflexiones conjuntas. Desde la epistemología de la comunicación, esta dinámica puede entenderse como un proceso en el que la interacción mediada por la tecnología transforma la manera en que se adquiere y transmite el conocimiento.

Por otro lado, Facebook amplía las posibilidades al permitir la creación de comunidades y páginas, las cuales funcionan como espacios de difusión y discusión sobre temas específicos. Las comunidades fomentan la construcción de conocimiento a partir de la interacción entre miembros con intereses compartidos, mientras que las páginas permiten estructurar y presentar información de manera organizada. En este contexto, la epistemología del aprendizaje digital resalta la importancia de los entornos virtuales en la generación de

conocimiento, destacando el papel de la participación activa y la curaduría de contenido en la consolidación de saberes.

En ambos casos, las plataformas digitales transforman la manera en que se configura el conocimiento, permitiendo que este sea accesible, dinámico y en constante evolución. Sin embargo, también presentan desafíos epistemológicos, como la verificación de la información y la construcción de discursos críticos en un entorno donde la sobreabundancia de datos puede dificultar la diferenciación entre el conocimiento válido y la desinformación. Por ello, el aprendizaje en estas plataformas debe ir acompañado de una actitud reflexiva y crítica que permita aprovechar su potencial sin caer en los riesgos de la manipulación informativa o en la infoxificación.

Youtube por su lado, se convierte en un espacio de aprendizaje mediado por la tecnología, donde la construcción del conocimiento se da a través de la interacción entre el sujeto y los contenidos audiovisuales. La plataforma no solo permite reforzar lo impartido en las aulas mediante video tutoriales y explicaciones, sino que también transforma la manera en que los individuos acceden y procesan la información.

Desde este punto de vista, el aprendizaje deja de ser unidireccional para convertirse en un proceso dialógico, donde el receptor puede interactuar con los contenidos a través de comentarios, debates y la selección activa de fuentes de información.

En el ámbito de la educación a distancia, el uso de plataformas digitales representa una evolución en la manera en que se concibe la transmisión del conocimiento. Estas plataformas no solo actúan como canales de distribución de contenidos, sino que también configuran nuevas dinámicas en la relación entre el emisor (educador) y el receptor (estudiante). La educación en línea plantea un modelo en el que el conocimiento ya no depende exclusivamente del docente, sino que se encuentra disponible en múltiples formatos y fuentes,

lo que refuerza el concepto de un aprendizaje descentralizado y autogestionado.

En el caso de las carreras técnicas, el uso de software de simulación introduce una dimensión práctica en la formación del estudiante. Epistemológicamente, este tipo de herramientas responden a un enfoque empirista del conocimiento, donde la repetición de ejercicios y la resolución de problemas permiten la consolidación del aprendizaje.

Este modelo, similar al utilizado en las ciencias naturales, enfatiza la adquisición de habilidades a través de la experiencia y la práctica sistemática, alineándose con una concepción del conocimiento basada en la experimentación y la validación de resultados. Sin embargo, el desafío en este contexto radica en evitar una enseñanza mecanizada y promover espacios de reflexión crítica que permitan al estudiante comprender el sentido y la aplicabilidad del conocimiento más allá de la simple repetición de procedimientos.

Sibilia explica que la configuración de todos estos nuevos procesos de aprendizaje que utilizan la tecnología como herramienta alternativa, se debe a que la era contemporánea estimula los modos de ser y estar en el mundo de cada persona, estableciendo un cambio en los jóvenes, dotándolos de nuevas capacidades destinadas más al contacto activo con el mundo de la comunicación digital que con los viejos estatutos disciplinarios de educación (Sibilia, 2012, p. 72).

Las formas alternativas de aprendizaje darían paso al arte en cualquiera de sus presentaciones en el siglo pasado, de la misma forma, en la época actual, hay que dar paso a las distintas formas en las que se puede aprovechar las variadas herramientas de aprendizaje. “El arte tenía que preparar o anunciar un mundo futuro: hoy modela universos posibles”(Bourriaud, 2017, p. 11).

Esto no implica que el ser humano deba estar sometido a las nuevas lógicas del sistema, al contrario, debe adaptarse al mundo que tiene frente a sus ojos, y tratar de utilizar estas nuevas formas como medio por el cual pueda construir sentido de conciencia social².

Como explica Bourriaud al decir que las personas deben “aprender a habitar el mundo, en lugar de querer construirlo según una idea preconcebida de la evolución histórica. En otras palabras, las obras ya no tienen como meta formar realidades imaginarias o utópicas, sino constituir modos de existencia o modelos de acción dentro de lo real ya existente” (Bourriaud, 2017, p. 12).

Todo este recorrido, puede analizarse a partir de la transformación de las identidades y las formas de interacción en el mundo contemporáneo. En este sentido, el planteamiento de Paula Sibilia sobre las nuevas formas del ser y del estar sugiere un desplazamiento de los modos tradicionales de subjetivación hacia formas mediadas por la tecnología y la cultura digital.

Esto se relaciona con la idea de Bourriaud sobre la adaptación del individuo a una realidad en constante cambio, donde la comunicación ya no es unidireccional ni estable, sino que opera dentro de un entramado dinámico de interacciones.

Desde esta perspectiva, la comunicación ya no solo transmite información como se ha dicho a lo largo del estudio, sino que construye y transforma las formas de subjetividad. La influencia de la tecnología digital ha generado nuevas prácticas discursivas y de socialización que reconfiguran la manera en que los individuos se perciben a sí mismos y a los demás. La noción de un mundo en evolución constante rompe con la idea de identidades fijas o de sociedades idealizadas del pasado, subrayando en cambio la

2 Utilizar el sistema para luchar contra el mismo sistema como apuntaría, Juan Carlos Valencia en su texto Hackear el caballo de Troya: la colonialidad del software, el Antropoceno y sus alternativas escrito en el año 2017.

necesidad de un pensamiento relacional, donde la comunicación se convierte en un espacio de negociación continua.

Sin duda, existe el riesgo de caer en las redes de consumo material e informático, lo que puede analizarse desde la perspectiva crítica de la comunicación.

En la sociedad de la información, los medios digitales no solo facilitan la interacción, sino que también actúan como mecanismos de control y mercantilización de la experiencia humana. Aquí surge un dilema epistemológico: ¿las nuevas formas de comunicación permiten una mayor autonomía del individuo o refuerzan su integración dentro de un sistema de consumo global?

- CONCLUSIONES -

En conclusión, el texto se inscribe dentro de una reflexión sobre la comunicación como un proceso que no solo media la adaptación al cambio, sino que también moldea las formas de subjetividad y agencia dentro de un mundo digitalizado y en constante transformación.

El recorrido epistemológico de la comunicación evidencia cómo esta disciplina ha evolucionado desde enfoques meramente informacionales hasta perspectivas más complejas que integran dimensiones sociales, culturales y tecnológicas. A lo largo del tiempo, distintos autores y teorías han contribuido a una comprensión más profunda de la comunicación, permitiendo su consolidación como un campo de estudio autónomo dentro de las ciencias sociales.

Uno de los principales aportes de la epistemología de la comunicación es su capacidad para cuestionar y redefinir los paradigmas tradicionales de la transmisión de información. Conceptos como la acción comunicativa de Habermas, la teoría de los sistemas de Luhmann y la mediología de McLuhan han permitido ampliar la visión de la comunicación, entendiéndola no solo como

un proceso técnico, sino como un fenómeno que estructura el conocimiento y la interacción social.

En la era digital, el impacto de la Web 2.0 ha reformulado los modelos comunicativos, dando paso a una participación más activa de los usuarios en la producción y distribución de información. Este cambio representa un desafío epistemológico, ya que requiere nuevas formas de análisis para comprender cómo se genera, valida y consume el conocimiento en entornos digitales³.

Además, la epistemología de la comunicación tiene aplicaciones fundamentales en ámbitos profesionales, educativos y científicos. En el campo laboral, permite mejorar la gestión organizacional y las estrategias de comunicación. En la educación, facilita la construcción de conocimientos a través del diálogo y la interacción. En la ciencia, es clave para la difusión y validación de hallazgos, asegurando que la producción de conocimiento sea comprensible y accesible.

En definitiva, la comunicación no solo transmite información, sino que moldea identidades, construye significados y transforma las dinámicas sociales. Su estudio desde una perspectiva epistemológica es esencial para comprender su papel en la sociedad contemporánea y anticipar los retos y oportunidades que plantea su constante evolución.

3 O una teoría de la comunicación unificada que resuelva el paradigma dentro del entorno digital.

- REFERENCIAS -

- Bourriaud, N. (2017). Estética relacional.
- Camnitzer, L. (2008). Didáctica de la liberación: Arte conceptualista latinoamericano (1.ª ed.). Casa Editorial HUM.
- Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.
- Garduño-Oropeza, G., Zúñiga-Roca, M. F., & Aguado-López, E. (2008). La epistemología de la comunicación en Michel Serres. Razón y Palabra, (63), 23–37.
- Habermas, J. (1981). Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social (3.ª ed.). Trotta.
- Karam Cárdenas, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. Andamios. Revista de Investigación Social, 4(7), 97–124. <https://doi.org/10.29092/uacm.v4i7.316>
- Larrión Cartujo, J. (2006). Las relaciones entre la ciencia, la tecnología y la sociedad [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Servicio de Publicaciones.
- Luhmann, N. (1998). Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general (Autores, textos y temas Ciencias Sociales, 15). Anthropos.
- Mateos, S. M. U. (2018, junio 5). La verdadera historia en la creación de internet en el mundo. Actualidad eCommerce. <https://www.actualidadecommerce.com/historia-de-internet/>
- McLuhan, M. (1964). Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano. Editorial Paidós.

- Sibilia, P. (2012). ¿Redes o paredes? La escuela en tiempos de dispersión. Tinta Fresca.
- Valdettaro, S. (2015). Epistemología de la comunicación: Una introducción crítica (1.^a ed.). UNR Editora.
- Watzlawick, P. (Ed.). (2000). La realidad inventada: Cómo sabemos lo que creemos saber (5.^a ed.). Gedisa.

CAPÍTULO 2

NARRATIVAS TRANSMEDIAS: UNA REFLEXIÓN SOBRE EL RELATO PERIODÍSTICO DIGITAL EN LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO

LUIS EDUARDO YNCIARTE GONZÁLEZ

CITAR COMO

YnciarTE González, L. E. (2025). Narrativas transmedias: una reflexión sobre el relato periodístico digital en la construcción del discurso. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica* (pp. 25-33). Publis Editorial.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.18196797>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18196797>

NARRATIVAS TRANSMEDIAS: UNA REFLEXIÓN SOBRE EL RELATO PERIODÍSTICO DIGITAL EN LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO

Autor

Luis Eduardo Ynciarte González

<https://orcid.org/0000-0001-8530-8204>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador

luisynciarte@gmail.com

EL RELATO PERIODÍSTICO, EL QUEHACER DE LA INFORMACIÓN Y LAS HISTORIAS

Hannah Arendt, en su reconocida obra *La condición humana* (1958) da un espacio importante para abrir el debate de la pluralidad haciendo referencia puntual a la necesidad del lenguaje como vehículo que permite expresar y construir ideas que le dan sentido a la esfera en la que vivimos. Este preámbulo ya guía al pensamiento sobre la naturaleza que relaciona la construcción del discurso en los espacios compartidos. Esta es la naturaleza que nos lleva a pensar en el quehacer de la información y la construcción de historias, entienda construcción como el acto de organizar los hechos para mostrar un relato, una idea que conecta con lo expresado por Martín Serrano (1982) quien argumenta que la acción ejecutiva se posiciona con la intención de establecer una dinámica con el otro, pero pensando en una idea de coactuación, no desde la comunicación individual.

Desde este particular, el periodista es un actor importante en el marco de las narraciones que ofrece el periodismo porque muestra su naturaleza como constructor de relatos y memorias a través de la

acción colectiva; aunque, es verdad que demuestran hechos, pero no necesariamente alcanza por garantizar el acceso al descubrimiento de una verdad absoluta. Se alude a este ejercicio comparativo con la intención de empezar a tejer el debate del dilema epistemológico al que alude Piñuel (2024) el binomio “conocer y no-conocer”, que potencia las bases de la formación del conocimiento en el quehacer comunicativo.

Desde esta perspectiva, la comunicación no solo es un conexión hacia el conocimiento, sino también un espacio de lucha simbólica donde se definen las formas de interpretación, narrativa y actuación sobre la realidad, manteniendo en la mira las presiones de otros agentes sociales al devenir de la verdad que dejan libre camino a la interpretación de los acontecimientos narrados. De allí que intereses políticos y económicos suelen intervenir en el proceso de establecer narrativas y discursos que se posicionan en el imaginario social dando lugar al poder que existe en la presentación u ocultamiento de la noticia.

Este contexto hace que el periodismo siga enfrentando el reto de construir y cuestionar la versión de los hechos regidos por una difusa línea de la imparcialidad. De acuerdo con Piñuel y Lozano (2006) mencionan que los servicios a nivel industrial como el periodismo, contribuye a la forma de esbozar el capital cognitivo que le da vigencia a la necesidad de contar historia, a la narración y a la relación de unos hechos con otros.

Pensando desde este particular, la práctica nos acerca a la propia realidad del periodismo que va trenzando esos lazos del actuar del relato y la memoria, pero desde la huella documental que puede o no conducir al descubrimiento que forma parte de conciencia colectiva.

Considerar hoy los aspectos como la representación de escenarios desde la mirada de la memoria, podría ser un vista interesante de la sociedad más aún si se piensa en la construcción como algo muy

reciente. Lo resalta Piñuel y Lozano (2006) en Ensayo general sobre la comunicación cuando destacan la referencia de lo tardía que podían llegar las noticias en el plano de narración de acontecimientos que intenta expresarse como un dibujo en el contorno del tiempo absoluto.

Algunos postulados resaltan la capacidad del periodismo de hoy de tomar los hechos para el relato del devenir histórico, la memoria nacional e incluso la acción social (Fuentes, 2005), relación que pone en evidencia la necesidad de ampliar la idea de la práctica periodística por su capacidad de dejar gestos importantes plasmados en la memoria a través de sus unidades de información como archivos, fotografías, documentos y testimonios que son un “gesto memorístico que las narraciones accionan y/o es accionado para volverlas inteligibles” (Carvalho, 2014).

A estas imbricaciones que se plantean sobre periodismo se le suman nuevos elementos como el periodismo digital analizado en el plano de narrativas. Hechos o fenómenos de amplia cobertura como guerras, tensiones políticas o migraciones, por ejemplo, contribuyen a la formación del relato debido a la multiplicidad de voces dentro de las historias que se cuentan en los espacios informativos. Al plantear estos elementos ya se puede empezar a tener algunas ideas que buscan guiar la pregunta central: ¿cómo las narrativas que nacen desde el plano mediático y digital representan los discursos en el imaginario de los usuarios? Aunque los elementos que se presenten parecen ser escasos, la tendencia que existe es a que el lector aplique el principio de impronta y construya una idea general de lo que ha leído en el titular. Esto es suficiente para establecer juicios de valor y se amplían los detalles a continuación

LAS NARRATIVAS Y SU INCIDENCIA EN EL PERIODISMO DIGITAL

El periodismo, casi igual que el resto de profesiones, vive a diario una readaptación hacia el campo digital, esto ha generado que los diferentes modelos de negocios que hay detrás de las empresas de noticias se apropien de nuevas dinámicas que buscan mantener vigente el quehacer de la información y las historias.

Una evidencia de esta comunicación que se vive hoy es que no corresponde solo a quienes ejercen la acción periodística, sino también a quienes se dedican a pensarla como proceso desde y hacia la sociedad en medio de toda la suma que dispone la narrativa hace el periodismo a fin de concebirla como ciencia con la posibilidad de abrir el camino de su propia reflexión.

Partiendo desde esta realidad, autores como García y Rajas (2011) resaltan el término “mutaciones mediáticas digitales” que busca dar luces a los constantes cambios que mantienen las estructuras para el funcionamiento y vigencia de los medios de comunicación a partir de la nuevas tecnologías digitales.

En esta línea, al acercarse a la constante del periodismo, más la suma de aquella dinámica digital como la llegada del internet, ha cambiado progresivamente todos los espacios de la vida diaria. En este sentido los constantes cambios que van sumando la dinámica digital han llevado a las plataformas a desarrollar nuevas formas de expresión de información o mensajes y con ello readaptar las profesiones.

Esta búsqueda de alcanzar formatos más interactivos ha tocado la transformación de cómo se presentan los contenidos guiados con esa misma idea de inmediatez. Sobre esta convergencia mediática a la que las noticias están siendo sometidas van en la línea de lo que Scolari (2013) hace referencia académica al termino narrativas transmedia, que se orienta a la posibilidad que ha alcanzado el

lenguaje de convertirse en “contenidos atomizados” que convergen entre distintos medios para la difusión en diferentes plataformas que es posible mediante el papel activo del consumidor-usuario.

Este nivel de formatos interactivos se evidencia en los ecosistemas noticiosos a los que van implementando estas ideas transmedias. Si bien, son formatos interactivos que ofrecen dinamismo en el contexto de presentación de noticias, también se refleja el hecho de la saturación y extrema brevedad de contenidos que en muchos de los casos solo muestran un par de líneas que se resume a la unidad mínima noticiosa de un titular. Haciendo un ejercicio rápido basta con revisar los feed de las cuentas de los diferentes diarios más visitados en el país como: @elcomerciocom, @ecuavisanoticias o @eluniversocom para ver como el recurso del titular es la pequeña porción noticiosa que el diario presenta y que, al ser creado para publicarse por medio de las distintas plataformas digitales, buscan generar mayor interés al usuario y aumentar la posibilidad de un clic para ampliar la noticia.

El investigador Yulvitz Quiroz (2014) afirma sobre los titulares que «el periodista debe ser muy preciso en su redacción para saber transmitir eficientemente, en muy pocos caracteres, lo que desea informar, por lo tanto, en el lenguaje que emplee debe obviar los tecnicismos» (Quiroz 2014, p. 292), pero, ¿qué tanto informa un titular en el ámbito digital?

Sobre esta pregunta Pou (2001) ya reflexionaba en un análisis sobre el Estudios sobre el Mensaje Periodístico en cuanto a la importancia que tiene el encabezado de una nota cuando es este el primer contacto del lector. Esta dinámica se ha convertido en común y hasta necesario para los medios. La tendencia es que existe un consumo rápido y sintético de la información, no solo a nivel regional, sino que es una tendencia que se marca en las plataformas. La iniciativa española de Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) lo identifica como un fast content como la tendencia de consumo voraz y veloz que ya es imparable.

A menudo, en los contenidos noticioso algunas estrategias empleadas es el resaltar palabras claves en recursos como las negritas o las mayúsculas acompañadas de imágenes que refuerzan el encuadre de la noticia con la intención de convencer al lector que algo extraordinario sucede y no se puede escapar de la narración periodística que ofrece el medio.

Con la facilidad que ofrece la volatilidad en las plataformas, muchos de las narrativas que son difundidas en redes sociales, a través de imágenes con breves titulares, son suficiente para marcar discursos. Esta acción comunicativa de una noticia que se resume en la lectura de una frase de un post en redes sociales va de la mano de la concepción de rapidez. El usuario reduce su participación en la práctica del swipe up, sin interés de ampliar la información y sin la intención de ocupar mucho tiempo en los detalles.

A partir de estas particularidades, las redes empiezan a ser protagonistas en la construcción de los discursos en torno a narrativas noticiosas que se posicionan en las audiencias. Los temas de alta incidencia como los fenómenos migratorios o los escenarios de contiendas electorales son los de mayor interés por la necesidad del usuario de ampliar la noticia, coincidiendo con Cevallos y Escandón (2023) destacan la idea de personalismo que establece la comunicación digital donde el “relato juega en los lenguajes, las retóricas y los rituales del entretenimiento y las redes digitales”.

Las redes, como espejo de lo social, tiene la particularidad de despertar discursos en torno a temas que, si son susceptibles, llegan a generar desde el relato público digital la posibilidad de exasperar las emociones de la opinión pública.

Si bien las narrativas que buscan construir discursos en medios digitales se someten a la inmediatez, también es cierto que esa misma acción de lo efímero pone un acento importante en la dinámica soluble de lo temporal. Esta lógica lleva a plantear que cualquier

contenido, titular o noticia se puede ver afectada por la idea de ser un documento hacia la no ficción.

Sin embargo, la inmediatez del periodismo digital donde la lógica de lo inmediato prima ante lo responsable, pone en un hilo delgado en su impacto en la veracidad de la información. A esto se suma el papel de los algoritmos que, aunque merece de otro espacio de análisis, es parte de lo que acá se plantea en conceptos de rapidez y contenidos donde la inteligencia artificial se convierte en protagonista de la selección, personalización y jerarquización de lo que se recuerda o se olvida en las redes.

- REFERENCIAS -

- Arendt, H. (1958). *La condición humana*. University of Chicago Press.
- Carvalho, C. A. (2014). Memoria y narración en el periodismo: Sobre algunas dimensiones teóricas y metodológicas allí implicadas. *Razón y Palabra*, (86). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057405010>
- Cevallos-Solórzano, K. E., & Escandón Montenegro, P. A. (2023). El poder de la narrativa política en la era digital: Análisis de la segunda vuelta presidencial - Ecuador 2021. *Paper Universitario*, 2023, 1–17. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9088>
- Fuentes Navarro, R. (2005). *Comunicación, campo y objeto de estudio*. ITESO; Universidad Autónoma de Aguascalientes; Universidad de Colima; Universidad de Guadalajara.
- García García, F., & Rajas Fernández, M. (Coords.). (2011). *Narrativas audiovisuales: Mediación y convergencia* (pp. 9–12). *Icono 14*. <https://www.icono14.es/editorial/estudios-de-narrativa/item/17-narrativas-audiovisuales-mediacion-y-convergencia>

- Gifreu-Castells, A. (2015). Narrativas de no ficción audiovisual, interactiva y transmedia. *Obra Digital*, 8(1). <https://doi.org/10.25029/od.2015.58.8>
- Martín Serrano, M., Piñuel Raigada, J. L., García Sanz, J., & Arias Fernández, M. A. (1982). *Teoría de la comunicación I: Epistemología y análisis de la referencia*. Universidad Complutense de Madrid.
- Piñuel, J. L., & Lozano, C. (2006). Ensayo general sobre la comunicación. Paidós.
- Piñuel, J. L. (2024). Fuentes epistemológicas de la comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (33), 35–54. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.33.35>
- Pou, M. J. (2001). El hecho religioso y su tratamiento periodístico: Limitaciones y dificultades. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110561A>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Quiroz, Y. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/358443100_Las_redes_sociales_como_herramientas_del_periodismo_digital

CAPÍTULO 3

EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LIZA ANTONIETA BAHAMONDE ZÚÑIGA

CITAR COMO

Bahamonde Zúñiga, L. A. (2025). El Impacto de la Comunicación en la Sociedad Ecuatoriana en la Era de la Inteligencia Artificial. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica* (pp. 34–51). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18196926>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18196926>

EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Autora

Liza Antonieta Bahamonde Zúñiga

<https://orcid.org/0000-0003-0306-0722>

Instituto O'Higgins, Quito - Ecuador

lizbahamonde@hotmail.com

- INTRODUCCIÓN -

En el presente ensayo, se plantea la pregunta de cómo están dibujado las nuevas realidades sociales con el impacto de la comunicación mediática y digital en la sociedad ecuatoriana en la era de la inteligencia artificial, y si este impacto realmente ha cambiado las dinámicas de trabajo y desempeño de las personas que están trabajando actualmente en el campo de la comunicación.

Serrano y Piñuel, en su obra “Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de Referencia”, exploran cómo la comunicación no es solo un proceso de transmisión de información, sino también una fuerza dinámica que moldea la realidad social y puede impulsar el cambio. La comunicación, al ser un proceso complejo y multifacético, influye en la forma en que las personas perciben el mundo, interactúan entre sí y construyen su identidad (Serrano & Raigada, 1982).

El texto resulta ser bastante complejo en su lectura y posterior análisis ya que dentro del mismo podemos ver una cantidad de aproximaciones sobre cómo desde diferentes ciencias como la

sicología, la anatomía, la sistémica como tal han tratado de proponer a la comunicación como ciencia que va más allá de un simple acto de transmitir información y que puede desempeñar un papel fundamental en la transformación de actitudes, valores y prácticas sociales. A través de diversos medios y canales, la comunicación puede desafiar las normas establecidas, promover nuevas ideas y perspectivas, y movilizar a la gente hacia la acción colectiva (Serrano & Raigada, 1982).

En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como un factor disruptivo que redefine los límites y las posibilidades de la comunicación. Los algoritmos de IA, presentes en diversas plataformas y dispositivos, seleccionan y ordenan la información que consumimos, personalizando nuestras experiencias y moldeando nuestras percepciones. Esta capacidad de amplificación algorítmica plantea interrogantes sobre el impacto de la IA en la comunicación política, la polarización social y la difusión de información errónea.

Según Jenkins (2009), la convergencia de los medios ha transformado la forma en que los mitos digitales circulan y se consumen en la sociedad contemporánea. Anteriormente, con la irrupción de las redes sociales y el declive de los medios de comunicación tradicionales, se observó que ciertas dinámicas de creación de noticias y de alcance al público se vieron alteradas (Jenkins, 2009).

En este contexto, los mitos digitales, entendidos como narrativas o creencias falsas que se difunden a través de los medios digitales, se han vuelto más prevalentes y han adquirido una mayor capacidad de influencia en la opinión pública. La convergencia de los medios ha facilitado la propagación de estos mitos al permitir que la información se comparta y se difunda de manera más rápida y amplia a través de diversas plataformas y canales de comunicación.

En la actualidad la manera de medir la evolución de una audiencia se la da a la par de la evolución del internet y sus nuevas formas de

construir las dinámicas sociales que a veces van mucho más allá de lo digital y fácilmente llegan hacia lo analógico. Esto se ha dado porque para algunos autores se ha generalizado el uso del internet y esto sería el paso previo a la proliferación y democratización de las nuevas plataformas que cambiarían para siempre el modo de generar contenidos, consumir información y relacionarnos con nosotros mismos y con las marcas. (Martha Perlado Lamo de Espinosa, 2023)

Además, la interactividad y la participación activa de los usuarios en los medios digitales han contribuido a la creación y difusión de mitos digitales. Los usuarios pueden compartir, comentar y modificar la información, lo que puede llevar a la creación de narrativas alternativas o a la manipulación de la información existente.

Las redes sociales han transformado radicalmente la forma en que nos comunicamos, interactuamos y participamos en la vida pública (Tufekci, 2017). En el contexto ecuatoriano, estas plataformas digitales han empoderado a diferentes colectivos, los mismos que anteriormente se les hizo difícil poder dar a conocer sus postulados y formas de pensar, pero la red ha sido un eficaz altavoz a cada uno de sus llamados y posterior convocatoria de posibles adeptos a sus lineamientos, esta ha facilitado la creación de redes de apoyo, la movilización social y la participación política.

La convergencia de los medios también ha difuminado las fronteras entre los medios tradicionales y los medios digitales, lo que ha llevado a una mayor dificultad para distinguir entre información veraz y mitos digitales. Esto es importante tomar en cuenta, especialmente en una sociedad como la ecuatoriana, en donde las noticias más bizarras pueden ser parte de nuestro acontecer nacional, a veces se vuelve muy difícil distinguir entre aquellas noticias falsas que parecen ser sacadas de un libreto de películas de humor negro o en realidad son historias reales. Los medios tradicionales, como la televisión y la prensa escrita, también pueden verse influenciados por los mitos digitales que circulan en las redes sociales y otros medios digitales (Jenkins, 2009).

En este sentido, la convergencia de los medios ha generado un entorno en el que los mitos digitales pueden florecer y tener un impacto significativo en la sociedad, y con la ayuda de la Inteligencia Artificial estos cada vez se vuelven cercanos a realidades que están sucediendo en nuestra cotidianidad. Una de las principales observaciones que se hace desde la academia es que es fundamental desarrollar habilidades de pensamiento crítico y alfabetización mediática, en todos los niveles de educación, para poder discernir entre información veraz y mitos digitales en este nuevo panorama mediático (Jenkins, 2009).

- DESARROLLO -

Siguiendo el texto de Teorías de la comunicación en el Tema 4, El concepto de Información en la teoría de comunicación”; Piñuel anota que: “La comunicación (debe ser vista) como una clase de interacción en la cual los seres vivos: “Intercambian información con otros seres vivos” (Serrano & Raigada, 1982).

Desde el punto de vista comunicativo, las señales requieren un destinatario, se podría pensar que en la actualidad que este destinatario, es el agente mediador que hace la función de transcribir una noticia de acuerdo con sus procesos de entendimiento o posiblemente movido por una propuesta comercial basada en un patrocinador el mismo que tendrá intereses de diferente índole y esto provoca que este tipo de intercambio de información y su eventual difusión, puede estar fuertemente sesgada por aquellos poderes que controlan a estos mediadores de información, que para colmo ya no necesariamente son periodistas, sino que puede ser cualquier individuo (Van Dijck, 2013).

Piñuel nos dice que en términos comunicativos, lo que interesa de los intercambios de señales es el modo en el que operan un conjunto de modulaciones energéticas susceptibles de ser emitidas y captadas por los actores de la comunicación, es decir, el análisis del transporte

de energías moduladas se analiza en comunicación por que es susceptible de constituir:

A nivel de comportamiento, estímulos para la modificación de la conducta en la interacción (Serrano & Raigada, 1982).

Además ahora solo interesa resaltar que las secuencias de señales deviene estímulos para la modificación de la conducta, porque existen pautas o patrones en la conducta heterómana responsables del uso de las señales para la interacción (Serrano & Raigada, 1982).

Raúl Fuentes Navarro nos invita a reflexionar sobre el papel de la comunicación en la sociedad y a asumir nuestra responsabilidad como actores comunicativos. Al comprender y actuar sobre los procesos comunicativos de manera consciente y responsable, podemos contribuir a construir una sociedad más justa y democrática (Navarro, 2005).

Para Navarro un verdadero punto de quiebre fue a mediados de la década de 1990, dónde de manera masiva surgió el internet y claramente esto cambio las dinámicas de relación no solo a nivel local, sino que promovió a la creación de redes a nivel mundial.

Para el 2005 en la Región de América Latina se hablaba de un atraso proverbial en esta emergente exploración de la inmersión del internet en la región. La información está destinada a penetrar en el ámbito de todo lo programado y de todo lo programable. Ya para esta fecha el autor predecía que la comunicación se va a refuncionalizar aceleradamente lo que provocaría que en la comunicación este sería un factor de evidente trascendencia para el campo de los estudios sobre la comunicación y la cultura de masas (Navarro, 2005).

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en las dinámicas de comunicación está transformando profundamente el panorama mediático y social en Ecuador. La IA, con su capacidad para procesar grandes cantidades de datos, personalizar la información

y automatizar tareas, está generando tanto oportunidades como desafíos para la comunicación en el país, es por eso que en la actualidad es importante que este tipo de abordajes no solo queden relegados a la academia sino a todas las diferentes aristas que se dan en una sociedad.

Es importante también trabajar en diferentes propuestas como la creación de leyes, códigos y normativas para que la utilización de la Inteligencia Artificial sea utilizadas y aprovechadas de la mejor manera, principalmente porque es importante tomar en cuenta que esta puede ser una herramienta que se utiliza de manera integral para fortalecer cualquier actividad pero que siempre puede existir el hecho de que sea utilizada con fines que vayan fuera de la ley.

EL IMPACTO DE LA IA EN LA COMUNICACIÓN EN ECUADOR

La comunicación en Ecuador ha experimentado una profunda transformación en los últimos años, impulsada por la irrupción de las redes sociales y la IA. Estas tecnologías han democratizado el acceso a la información y han facilitado la participación ciudadana en el debate público. Sin embargo, también han generado nuevos desafíos, como la difusión de información errónea, la polarización social y la manipulación de la opinión pública.

Según Flavia Costa, la Inteligencia Artificial (IA) tiene un impacto significativo en la comunicación, transformando la forma en que interactuamos con la información y entre nosotros. Costa explora cómo la IA, junto con otras tecnologías, está remodelando nuestra relación con el mundo y cómo nos comunicamos en el “Tecnoceno”, una era definida por la alta complejidad tecnológica y el riesgo, esta era es tomada a posterior a la pandemia es decir a partir del 2021(Costa F. , 2021).

Costa destaca que la IA, al igual que otras tecnologías avanzadas, opera a través de “acoplamientos fuertes”, lo que significa que los procesos ocurren rápidamente y a menudo son irreversibles una vez iniciados. Esto se aplica a la comunicación en la era digital, donde

la información se difunde a una velocidad sin precedentes y puede tener efectos duraderos e impredecibles.

Además, Costa señala que la IA contribuye a la creación de “accidentes normales” en la comunicación, refiriéndose a eventos disruptivos que son inevitables en sistemas complejos. Esto se manifiesta en la proliferación de noticias falsas, la manipulación de la opinión pública y la polarización en línea, que son difíciles de prevenir o controlar debido a la naturaleza interconectada de la comunicación digital (Costa F. , 2021).

Es importante detenerse en este punto porque comprendemos que de acuerdo a los diferentes autores y sus análisis la IA, es positiva en muchas áreas, pero es más importante aún trabajar en cada una de esas áreas en dónde la misma puede tener fuerte impacto, negativo o positivo, con la finalidad de que sea correctamente utilizada y que no de pie a situaciones que pueden hacer nuestra convivencia como comunidad más compleja.

En su análisis, Costa también advierte sobre la “movilización permanente de los conocimientos sobre los individuos” a través de la IA, lo que puede llevar a una forma de control social basada en la información, cada vez más está el apareamiento de gente que hace diferentes usos de la IA pero que por los mismos han creado un mercado en dónde los datos de cada uno de los usuarios sea una especie de diamante virtual que hace que nos volvamos una mercancía fácil de ser manipulada y que nos promueva al consumo de cosas, servicios o experiencias virtuales que al fin del día no tenemos necesidad de utilizarlas . Esto plantea preocupaciones sobre la privacidad, la libertad de expresión y la autonomía individual en la era de la comunicación digital (Costa F. , 2021).

A pesar de estos desafíos, Costa reconoce que la IA también ofrece oportunidades para mejorar la comunicación, como la personalización de la información y la automatización de tareas.

Sin embargo, enfatiza la importancia de utilizar estas tecnologías de manera ética y responsable, y de desarrollar una comprensión crítica de cómo la IA está transformando la comunicación y la sociedad en general (Costa F. , 2021).

EL IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LAS NOTICIAS FALSAS EN LA COMUNICACIÓN EN ECUADOR: UNA PERSPECTIVA EXPERTA

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en el ámbito de la comunicación en Ecuador ha generado un escenario complejo y desafiante, marcado por la proliferación de noticias falsas y la manipulación de la información. Este fenómeno, analizado en profundidad por Calvo y Aruguete en su obra “Fake News, Trolls y Otros Encantos”, tiene implicaciones significativas para el desarrollo de la comunicación en el país.

La IA como herramienta de desinformación

La IA, con su capacidad para generar y difundir contenido de manera automatizada, se ha convertido en una herramienta poderosa para la propagación de noticias falsas. Los algoritmos de IA pueden crear textos, imágenes y videos falsos que son difíciles de distinguir de la realidad, lo que facilita la difusión de información errónea y la manipulación de la opinión pública (Aruguete, 2020).

En Ecuador, este fenómeno se ha manifestado en la difusión de noticias falsas sobre temas políticos, económicos y sociales, con el objetivo de influir en la toma de decisiones de los ciudadanos y generar polarización. La IA también se utiliza para crear perfiles falsos en redes sociales y difundir mensajes automatizados que amplifican la desinformación y el discurso de odio.

Durante las últimas elecciones algunos medios de comunicación informaron sobre noticias acerca del uso de la IA, en el desarrollo de las mismas, en el artículo de Primicias de la Redacción del 06 de

Febrero del 2025, en su titular nos dice: “Así se usó la inteligencia artificial para desinformar en la campaña electoral de Ecuador” ... Los usuarios de redes, que poco a poco han aprendido a identificar fotomontajes, ahora se enfrentan a videos hiperrealistas “en un contexto de inmediatez, en el que no están acostumbrados o no tienen el tiempo de verificar todo”, comentó Carlos Rodríguez Pérez, profesor de la facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, en Colombia.

Las “granjas” de producción de “deep fakes”, como las llama Rodríguez, también suplantán a periodistas con gran precisión. En un supuesto informe de NTN24, una conductora informa que Noboa pagó un millón de dólares para asistir a la investidura de Trump. En otro, Fernando del Rincón, de CNN, aparece vinculando a González con la criminalidad... (Primicias, 2025).

Este tipo de noticias nos van dibujando la realidad en la que nos enfrentamos en el Ecuador, entre una mezcla de desinformación, con manipulación y viralidad, han hecho que muchos confíen más en aquellas noticias que por más descabelladas parezcan, son la fuente de las conversaciones diarias que tienen los ecuatorianos.

El papel de las redes sociales

Las redes sociales, como Facebook, Twitter y WhatsApp, se han convertido en un caldo de cultivo para la difusión de noticias falsas generadas por IA. La capacidad de estas plataformas para viralizar contenido y llegar a grandes audiencias en poco tiempo facilita la propagación de información errónea y la manipulación de la opinión pública (Aruguete, 2020).

En Ecuador, el uso masivo de redes sociales ha exacerbado el problema de las noticias falsas, generando un clima de desconfianza y polarización en la sociedad. La falta de regulación y control sobre el contenido que se difunde en estas plataformas agrava aún más la situación.

Tomando como parte Flavia Costa en su libro *Tecnoceno* sugiere que el punto de partida de una nueva comunicación en la red podría ser a partir de la pandemia, señala que la pandemia marcó un punto de inflexión, dando lugar a un escenario saturado de información proveniente de múltiples fuentes, como los medios de comunicación tradicionales, las redes sociales, internet y plataformas audiovisuales. Esta sobrecarga informativa ha complejizado los procesos de comunicación, fragmentando a las audiencias y generando nuevas dinámicas de interacción (Costa F. , 2021).

Esta sobrecarga informativa ha construido un escenario que en muchas ocasiones está lleno de información que viene de muchas vertientes como los medios de comunicación tradicionales, las redes sociales, el internet, las plataformas audiovisuales como Netflix, Magic, Disney Plus, (Costa, 2021) y esto ha hecho que la experiencia de los usuarios cada vez este cargada de una cantidad inmensa de información que conforme vaya pasando el tiempo, hará que los procesos de comunicación entre las diferentes audiencias se vuelvan más complejos y en muchas ocasiones segmentados o micro segmentados, ya que se busca encajar a las individuos en diferentes definiciones que llevan a una especie de individualización con una enmarcación de gustos y causas.

El impacto de la IA en el desarrollo de la comunicación

La proliferación de noticias falsas generadas por IA tiene un impacto negativo en el desarrollo de la comunicación en Ecuador. La desinformación y la manipulación de la opinión pública socavan la confianza en los medios de comunicación y dificultan el acceso a información veraz y objetiva.

Además, la IA se utiliza para crear burbujas de filtro en las redes sociales, donde los usuarios solo reciben información que confirma sus creencias preexistentes. Esto limita la diversidad de opiniones y dificulta el diálogo constructivo, lo que afecta negativamente la calidad del debate público y la toma de decisiones informadas (Navarro, 2005).

Los algoritmos de IA desempeñan un papel crucial en la configuración de la comunicación política en Ecuador. Estos algoritmos seleccionan y ordenan la información que los usuarios ven en sus redes sociales, adaptando el contenido a sus preferencias e intereses. Esta personalización algorítmica puede generar cámaras de eco, donde los usuarios solo están expuestos a información que refuerza sus creencias preexistentes, lo que puede exacerbar la polarización social y dificultar el diálogo constructivo.

Además, los algoritmos de IA pueden ser utilizados para manipular la opinión pública. Los bots y trolls, programas informáticos diseñados para simular el comportamiento humano, pueden difundir información errónea y propaganda en las redes sociales, creando la ilusión de un amplio respaldo a determinadas ideas o candidatos políticos. Esta manipulación algorítmica puede socavar la integridad de los procesos electorales y erosionar la confianza en las instituciones democráticas (Barbero, 2005).

COMUNICACIÓN, IDENTIDADES Y DIVERSIDAD CULTURAL EN LA ERA DE LA IA

La comunicación desempeña un papel fundamental en la construcción de identidades y la promoción de la diversidad cultural. En un mundo cada vez más globalizado e interconectado, la comunicación intercultural se vuelve esencial para fomentar el entendimiento mutuo y la convivencia pacífica (Castells, 2012).

En el contexto ecuatoriano, la comunicación intercultural adquiere una relevancia particular debido a la diversidad étnica y cultural del país. La comunicación puede ser una herramienta poderosa para visibilizar las diferentes voces y perspectivas, promover el diálogo intercultural y fortalecer el sentido de pertenencia a una comunidad diversa e inclusiva.

La IA también puede contribuir a la promoción de la diversidad cultural. Los algoritmos de IA pueden ser utilizados para traducir contenido a diferentes idiomas, generar subtítulos para videos y crear contenido accesible para personas con discapacidad. Estas herramientas pueden facilitar la comunicación intercultural y promover la inclusión de grupos históricamente marginados (Martha Perlado Lamo de Espinosa, 2023).

Desafíos éticos y oportunidades de la IA para la comunicación en Ecuador

La IA plantea importantes desafíos éticos para la comunicación en la sociedad ecuatoriana. La opacidad de los algoritmos de IA, la falta de transparencia en el uso de datos personales y la posibilidad de manipulación algorítmica son algunos de los riesgos que deben abordarse.

Es fundamental establecer marcos regulatorios y éticos que garanticen un uso responsable de la IA en la comunicación. Estos marcos deben promover la transparencia algorítmica, proteger la privacidad de los usuarios y prevenir la manipulación de la opinión pública.

Al mismo tiempo, la IA ofrece oportunidades para mejorar la comunicación en la sociedad ecuatoriana. La IA puede ser utilizada para personalizar la educación, adaptar los mensajes de salud pública a diferentes audiencias y crear contenido accesible para personas con discapacidad. Estas aplicaciones pueden contribuir a construir una sociedad más inclusiva y equitativa.

- CONCLUSIONES -

La comunicación desempeña un papel crucial en la transformación social en el contexto ecuatoriano. En la era de la IA, es fundamental aprovechar el potencial de estas tecnologías para construir una sociedad más informada, participativa e inclusiva.

La IA plantea desafíos éticos que deben abordarse de manera urgente. Es necesario establecer marcos regulatorios y éticos que garanticen un uso responsable de la IA en la comunicación. Al mismo tiempo, es fundamental promover la alfabetización mediática y digital para que los ciudadanos puedan discernir la información veraz de la información errónea y utilizar las herramientas digitales de manera crítica y reflexiva.

La comunicación intercultural es esencial para construir una sociedad ecuatoriana más diversa e inclusiva. Es necesario promover el diálogo intercultural, visibilizar las diferentes voces y perspectivas y fortalecer el sentido de pertenencia a una comunidad diversa (Pink, 2019).

En última instancia, el impacto de la comunicación en la sociedad ecuatoriana en la era de la IA dependerá de nuestra capacidad para utilizar estas tecnologías de manera ética y responsable, promoviendo el bien común y fortaleciendo los valores democráticos.

Este ensayo presenta como una propuesta a seguir y una hoja de ruta pendiente en diferentes temáticas el mapeo de estos nuevos desafíos en la era de la Comunicación y la Inteligencia Artificial y sus primeras aproximaciones en el Ecuador, este mapeo esta basado en:

Oportunidades:

- Personalización de la información: La IA permite adaptar los mensajes y contenidos a las necesidades e intereses de cada individuo, lo que puede aumentar la relevancia y el impacto de la comunicación.

- **Automatización de tareas:** La IA puede automatizar tareas repetitivas y tediosas, como la generación de informes, la moderación de comentarios y la traducción de contenidos, lo que permite a los comunicadores centrarse en tareas más creativas y estratégicas.

- **Nuevas formas de interacción:** La IA está abriendo nuevas posibilidades para la interacción entre los comunicadores y sus audiencias, a través de chatbots, asistentes virtuales y otras herramientas de comunicación conversacional.

- **Democratización del acceso a la información:** La IA puede facilitar el acceso a la información a personas con discapacidad visual o auditiva, a través de la generación automática de subtítulos, transcripciones y audiodescripciones.

Desafíos:

- **Desinformación y noticias falsas:** La IA puede ser utilizada para generar y difundir noticias falsas y contenido engañoso, lo que puede tener un impacto negativo en la opinión pública y la toma de decisiones.

- **Sesgos algorítmicos:** Los algoritmos de IA pueden reflejar y amplificar los sesgos existentes en los datos de entrenamiento, lo que puede llevar a la discriminación y la exclusión de ciertos grupos sociales.

- **Pérdida del toque humano:** La automatización excesiva de la comunicación puede llevar a la pérdida del toque humano y la empatía, lo que puede afectar negativamente la calidad de las relaciones entre los comunicadores y sus audiencias.

- **Brecha digital:** La adopción de la IA en la comunicación puede profundizar la brecha digital entre aquellos que tienen acceso a la tecnología y aquellos que no lo tienen, lo que puede generar nuevas formas de exclusión social.

Recomendaciones:

- Promover la alfabetización mediática e informacional: Es fundamental educar a la población sobre cómo identificar y evaluar la información en la era de la IA, para evitar ser víctimas de la desinformación y las noticias falsas.
- Desarrollar marcos éticos y regulatorios: Es necesario establecer normas y regulaciones claras sobre el uso de la IA en la comunicación, para garantizar que se utilice de manera responsable y ética.
- Fomentar la colaboración entre humanos y máquinas: La IA no debe ser vista como un reemplazo de los comunicadores humanos, sino como una herramienta que puede complementar y potenciar su trabajo.
- Invertir en investigación y desarrollo: Es fundamental invertir en investigación y desarrollo de IA ética y responsable, que tenga en cuenta las necesidades y valores de la sociedad ecuatoriana.

En conclusión, la irrupción de la IA en las dinámicas de comunicación en Ecuador presenta tanto oportunidades como desafíos. Para aprovechar al máximo el potencial de la IA y mitigar sus riesgos, es fundamental promover la alfabetización mediática e informacional, desarrollar marcos éticos y regulatorios, fomentar la colaboración entre humanos y máquinas e invertir en investigación y desarrollo.

El postulado de Fuentes Navarro destaca el poder de la comunicación para construir una sociedad más justa y democrática, gracias al internet y su inmensa capacidad de penetración. Al comprender y actuar sobre los procesos comunicativos, podemos promover el diálogo, la participación ciudadana y la construcción de consensos, especialmente para aquellos que han estado siempre aislados principales por factores de movilización a estos lugares tan lejanos de la urbe (Navarro, 2005).

La responsabilidad de los actores de la comunicación: Este postulado nos interpela a todos los que participamos en procesos comunicativos, ya sea como emisores o receptores. Nos invita a ser conscientes de nuestras acciones comunicativas y a utilizarlas de manera responsable, evitando la manipulación, la desinformación y el discurso de odio (Navarro, 2005).

El libro de Serrano y Piñuel nos invita a reflexionar sobre el papel de la comunicación en la sociedad y nos proporciona herramientas conceptuales y metodológicas para analizar cómo la comunicación puede ser utilizada para transformar actitudes, valores y prácticas sociales.

Además, se puede destacar que la comunicación no es la única solución para todos los problemas sociales. Sin embargo, cuando se utiliza de manera efectiva, puede ser una herramienta poderosa para promover el cambio social y construir un mundo más justo, equitativo y sostenible.

- REFERENCIAS -

- Aruguete, E. C. (2020). Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan para bien o para mal las redes sociales. Siglo XXI Editores.
- Barbero, J. M. (2005). Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación. En R. Fuentes Navarro (Ed.), Comunicación: Campo y objeto de estudio (p. 230). Universidad de Guadalajara.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza: Movimientos sociales en la era del internet. Alianza Editorial.
- Costa, F. (2021). Tecnoceno: Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida. Penguin Random House.

- Costa, J. (2012). El DIRCOM hoy: Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. CPC Editor.
- Jenkins, H. (2009). La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Perlado Lamo de Espinosa, M. (2023). Audiencias y medios digitales: Más allá del dato. Tirant Humanidades.
- Navarro, R. F. (2005). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de internet. En Comunicación: Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas (p. 250). Universidad de Colima.
- Pink, S. (2019). Etnografía digital: Principios y práctica. Ediciones Morata.
- Piñuel, J. L. (2006). Ensayo general sobre la comunicación. Paidós.
- Primicias. (2025, febrero 6). Así se usó la inteligencia artificial para desinformar en la campaña electoral del Ecuador. Primicias.
- Serrano, M. M., & Raigada, J. L. (1982). Teoría de la comunicación: Epistemología y análisis de referencia. Editorial Corazón.
- Tufekci, Z. (2017). Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protests. Yale University Press.
- Van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press.

CAPÍTULO 4

COMUNICACIÓN: ¿UNA CIENCIA, UNA DISCIPLINA, UN ARTE, ES MERENGUE, NO MERENGUE? UN DEBATE AHORA MEDIADO POR LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

WLADIMIR TOCAÍN PINEIDA

CITAR COMO

Tocaín Pineida, W. (2025). Comunicación: ¿una ciencia, una disciplina, un arte, es merengue, no merengue? Un debate ahora mediado por la evolución tecnológica. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica* (pp. 52–62). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18197010>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18197010>

COMUNICACIÓN: ¿UNA CIENCIA, UNA DISCIPLINA, UN ARTE, ES MERENGUE, NO MERENGUE? UN DEBATE AHORA MEDIADO POR LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Autor

Wladimir Tocaín Pineida

<https://orcid.org/0009-0003-2170-6205>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador

wladimirtocain@gmail.com

- INTRODUCCIÓN -

La premisa dice que, si tienes que explicar un chiste entonces ya no es gracioso; sin embargo, la inteligencia artificial (IA) me ha recomendado que explique la referencia a la canción “La La La (Es Merengue, No Es Merengue)” de la Banda Loca, ya que, según ella, “es probable que algunos lectores no entiendan la metáfora o el juego de palabras, sobre todo en un contexto académico formal”. (ChatGPT, comunicación personal, 10 de febrero de 2025).

Pues bien, la noventera canción, aprendida ampliamente cuando dormía entre dos sillas de plástico mientras mis padres bailaban en algún compromiso social, me recuerda a una pregunta aún en debate: ¿la comunicación es una ciencia o qué mismo es?

Si hacemos un símil con la canción, es algo que es y no es, que parece y no parece. Una suerte de replanteamiento constante de aquello establecido o resignificado, dependiendo de la lectura que se tenga del momento. Además, al igual que la música como expresión artística, la comunicación fluye, cambia y se adapta de diferentes maneras según el contexto.

Sus teorías (las de la comunicación), por ejemplo, son tomadas de la sociología, antropología, la lingüística, etc. Una mixtura de saberes que ahora es mediada por la irrupción voraz de la tecnología, una nueva herramienta de exploración y validación de conocimientos que, por ejemplo, han ayudado a construir el primer párrafo y punto de partida de este ensayo.

Una anécdota

En el pregrado, un compañero estudiaba comunicación y la carrera de sociología a la vez. Al preguntarle cuan compleja era esa carrera solía decir “es igualito que estudiar comunicación, solo que no te dan Periodismo I y II, los mismos ensayos te sirven para presentar en ambas carreras.” A continuación, nos explicaba que las Teorías de la Comunicación, la materia más compleja de los primeros semestres, tenía sus raíces en la sociología y que era una suerte de adaptación hacia la comunicación.

La consiguiente explicación nos permitía entender y justificar la realidad que estábamos viviendo: durante esos semestres de formación, la asignatura Teorías de la Comunicación fue dictada por sociólogos. Desde entonces, la interrogante de si la comunicación es una ciencia autónoma, una disciplina transversal o una herramienta se ha vuelto una constante. En este ensayo, no pretendo dar una respuesta completa a la interrogante sino establecer un espacio de debate según los autores tratados en clase.

LA COMUNICACIÓN: CIENCIA, DISCIPLINA, ARTE EN DEBATE

Para Tanius Karam Cárdenas, “ el conocimiento de la verdad por sí solo no es suficiente para construir una ciencia, así como cualquier conjunto de verdades no hace necesariamente una ciencia” (Karam Cárdenas, 2007, p. 107). Esto implica que la comunicación no es una ciencia exacta, es más que la simple difusión de hechos, es también un proceso que involucra la percepción personal y el contexto social. De hecho, algunos teóricos piensan que la comunicación es un hijo de segundo orden de disciplinas abultadas, como la sociología o la

psicología, lo que lleva a los críticos a preguntarse si la comunicación es en sí misma una disciplina (Karam Cárdenas, 2007, p. 100). Pero la comunicación es inherentemente artística en su naturaleza a través de la interpretación y la creatividad.

Es en este último campo, el de la creatividad, se juegan los espacios de mayor convergencia entre la comunicación y su relación con el arte. En los ámbitos profesionales es altamente común consultar quién es el creativo del área, refiriéndose a la persona que lleva la “vena artística” y que lidera los conceptos creativos de una organización. Cuando esta consulta se realiza, es inevitable notar que se está haciendo una distinción explícita entre comunicadores más asociados al periodismo o eventos y aquellos que pueden desarrollar campañas.

Dentro de esta misma distinción, quienes ejercen la comunicación digital suelen ser los considerados técnicos. Una suerte de nativos digitales llamados dominar las redes, una parte del equipo que necesita estar conectado todo el tiempo y que su trabajo está basado en entender la vida desde lo virtual. Sobre estos temas, Karam enfatiza también en que las funciones de la redundancia y el contexto en los procesos comunicativos, concluyendo que el acto de la comunicación demanda tecnología, pero también un profundo conocimiento de lo que son los seres humanos y cómo funciona la sociedad (Karam Cárdenas, 2007, p. 118). Es así como, según la autora, el estatus de la comunicación como ciencia, disciplina o arte sigue siendo objeto de reflexión y debate, destacando su complejidad y multidimensionalidad.

La comunicación, por lo tanto, parece ser un fenómeno complejo, en la encrucijada de la ciencia, la disciplina y el arte, lo que genera un debate abierto sobre su esencia y alcance. Como lo explica Piñuel, “la comunicación - como concepto epistémico - ha encontrado dos enfoques epistémicos opuestos: por un lado, la comunicación como ‘intercambio’.. y, por otro lado, la comunicación como... ‘comportamiento interactivo’” (Piñuel Raigada, 2024, p. 51).

Esta dualidad engloba una tensión continua entre una visión técnica de la comunicación como un dispositivo mecánico que puede descomponerse utilizando un conjunto de herramientas tecnológicas, y un escenario que se basa en la comunicación como una capacidad humana única para impulsar la construcción social.

Los modelos cuantitativos y las teorías del comportamiento pueden proporcionar un análisis científico de la comunicación. Por ejemplo, la teoría de Shannon y Weaver se desglosa el proceso comunicativo en sus componentes más simples, ofreciendo esencialmente una perspectiva mecanicista. Sin embargo, Piñuel argumenta que, “como teoría científica, la teoría de la comunicación debe resolver epistémicamente la ‘verdad’ de lo que pretende representar” (Piñuel Raigada, 2024, p. 51), lo que nos obliga a cuestionar la supuesta objetividad y efectividad de esta técnica.

Van Dijk complementa esta idea argumentando que el conocimiento compartido es más que un simple reflejo de la realidad, es un artefacto social que ha sido legitimado dentro de un grupo. Lo que Van Dijk parece decir sobre la verdad es que “La verdad en mi tratamiento no es una propiedad de las creencias, sino una propiedad del discurso sobre el mundo.” (Van Dijk, 2009, p. 393).

Esto ilustra que el proceso de comunicación no es simplemente la transferencia de información; también incluye la interpretación subjetiva moldeada por creencias y experiencias compartidas.

El debate sobre la comunicación está así incrustado en una comprensión de la práctica, la cual se caracteriza por la inevitabilidad de entrelazarse con lo sociocultural. Por lo tanto, no es solo una ciencia, sino un arte, que requiere sensibilidad para el contexto de los interlocutores y sus interpretaciones, así como la complejidad de la comunicación y su impacto potencial en la percepción colectiva.

Muchos defensores de la visión de la comunicación como un arte argumentan que el papel de la expresión, la creatividad y la

interpretación se enfatiza casi totalmente, ya que estos factores son el carácter de la transmisión de significados y emociones. La comunicación no es solo el acto de transmitir información, también es un medio para la construcción de identidad y cultura.

Así, el debate sobre la comunicación no se refiere solo a la definición técnica, sino también a una invitación a reflexionar sobre la comunicación en sí misma en la sociedad contemporánea, su papel en la elaboración del conocimiento y su potencial transformador en la vida colectiva.

En cuanto a la formación profesional, Sandra Valdetaro (2015), sostiene que la conciencia de la comunicación como ciencia “se consolida” cuando se la considera como “un sistema sociocultural diferenciado”. De este modo, es posible abordar la comunicación desde un marco teórico fundamentado, que es la base para la formación de profesionales.

Pero la naturaleza general y omnipresente de la comunicación es un problema serio. Según la autora, “la ciencia de la comunicación es un oxímoron”, dado que la comunicación implica “diversidad” y requiere que se integren diferentes enfoques disciplinarios para que pueda incluir todos los sociológicos, así como los psicológicos, culturales y estéticos (Valdetaro, 2015, p. 18). Mientras tanto, este enfoque multidisciplinario mejora el análisis conversacional, pero al mismo tiempo, complica la clara delineación de su objeto de estudio, proporcionando momentos en los que más bien se desvanece como una disciplina académica.

Además, no subestimemos el elemento artístico en el modo de comunicación. El desarrollo del diálogo comunicativo: la importancia del espacio para la articulación, la subjetividad y la creatividad, creación cultural y prácticas artísticas. Aquí, la comunicación puede ser considerada como un “pharmakon”, tanto “veneno como remedio” con respecto a los lazos sociales que mediatiza (Valdetaro, 2015, p. 25). Por lo tanto, es imperativo reconocer sus posibilidades técnicas

mientras comprendemos su capacidad de inspirar comprensión y conectividad.

INTEGRANDO SABERES: LA COMUNICACIÓN COMO PUENTE HACIA LO DIGITAL. NARRATIVAS EN TRANSFORMACIÓN

La comunicación, como materia de estudio, ha recogido el conocimiento de otras ciencias. Ahora es el turno “comunicar” los estudios de lo digital. Que la filosofía de lo digital sea construida desde la ciencia de la comunicación. En ese sentido la transformación de las narrativas en la era digital y ocupación de esos espacios de debate se traduce en una pregunta: ¿si hicieras un podcast, de qué lo harías?

En la era digital, la naturaleza de la comunicación ha cambiado significativamente; es un puente entre los usuarios y un universo de información que está disponible para nosotros. La interactividad se convirtió en el núcleo del nuevo ecosistema mediático con el nacimiento de la Web 2.0 y creció con la aparición de las redes sociales.

Las plataformas digitales permiten no solo el consumo de contenido, sino también la producción, distribución y co-creación de contenido, lo que resulta en una profunda fragmentación de la audiencia (Presas Mata et al., 2023, p. 42).

Los motores de búsqueda y las redes sociales permiten a todos el acceso a la información, y esto ha conducido hacia la hiperpersonalización, donde el contenido se diseña para los intereses y emociones de los consumidores.

Una de las características más innovadoras de la creación de contenido hoy en día es la capacidad de los creadores y su audiencia para interactuar. El contenido de los episodios de podcast también ha sido impulsado por los oyentes: los oyentes a menudo pueden impactar de inmediato en el contenido del episodio si quieren debatir/

compartir sus puntos de vista/quieren hacer preguntas/sugerir temas a discutir, todo gracias a que es en vivo, o a la posibilidad de hacerlo a través de plataformas de redes sociales como Twitch, YouTube, TikTok, Instagram y, más recientemente, con los podcasts.

Los podcasts son un contribuyente particularmente fuerte a esto, donde emerge un nuevo modelo de seguidores y audiencia, y los oyentes se convierten en fans no solo por “consumir” pasivamente sino también por ofrecer un espacio para crear nuevas formas de comunicación con la capacidad de reverberar directamente el contenido en los espacios públicos. Cuando las dinámicas se construyen en torno a la monetización, los creadores deben tener un enfoque preciso en lo que es ético. El caso de Patreon y otras plataformas de financiación directa levanta una bandera roja: los oyentes pueden sentirse presionados a participar financieramente para tener voz, lo que podría distorsionar el contenido.

Según Rampazzo Gambarato, Carvalho Alzamora y Tércia (2020), una perspectiva transmedia sobre la creación de contenido revela que, dada la naturaleza del ecosistema mediático actual, el papel de la audiencia participante va más allá de los formatos lineales. En su análisis de historias transmedia, sugieren, contrario a la noción de que los podcasts son un medio que interactúa con sus audiencias solo en el mundo del audio, que los podcasts son criaturas sociales que interactúan con sus audiencias en redes sociales, una variedad de foros y otras plataformas colaborativas. El alcance del contenido multimedia y un espacio de interacción multidimensional con la audiencia crea un vínculo más fuerte y más interacción.

Los creadores no solo están haciendo episodios de audio; están desarrollando sus historias con videos, publicaciones en redes sociales, mercancía y otros productos derivados. Estas prácticas fomentan un mayor compromiso del oyente, permitiéndoles involucrarse con múltiples capas de la historia. Además, los podcasts tienen una naturaleza muy abierta y permiten a la audiencia participar

en la creación de contenido sugiriendo temas, personajes o incluso convirtiéndose en invitados. Esta voz de la audiencia se integra en la narrativa, ampliando el rango de lo que es posible en la narración transmedia a través de los podcasts.

Este es el escenario de conquista para los comunicadores, el quehacer del periodismo e incluso la divulgación científica. Un espacio sin límites para la creatividad y un mundo por explorar para los creativos. Al igual que Cristóbal Colón llegando a América, la era del internet es nuestra etapa de conquista.

La interacción en estas plataformas es esencial para permitir un grado recíproco de comunicación, permitiendo a los seguidores tener un alto nivel de influencia sobre el tipo de contenido que se produce y para que los creadores respondan a los deseos y necesidades de su seguimiento. Este proceso participativo desafía la idea de autoría, ya que el creador pasa de ser una figura central a ser un facilitador que recopila y organiza las contribuciones de la audiencia.

- CONCLUSIONES -

A manera de conclusión de este breve ensayo, podemos decir que la comunicación toma forma como un fenómeno en perpetua metamorfosis como ciencia, como disciplina y como arte, destacando la complejidad y la multidimensionalidad que definen la comunicación.

Por un lado, se encuentra la lente científica que ofrece cuantificación y enfoques sistemáticos de la interacción humana, basados en enfoques cuantitativos y teorías de modelado. Por el otro lado, está la dimensión artística, donde la creatividad y la subjetividad desempeñan un papel clave en la formación de mensajes que no pueden limitarse a la simple transmisión de una secuencia de datos.

Además, la presencia omnipresente de la comunicación engloba y reconstituye el conocimiento en sociología, psicología y cultura, reforzando su naturaleza interdisciplinaria. La comunicación mediatiza la producción de conocimiento, el intercambio simbólico e incluso la experiencia cotidiana en un mundo cada vez más tecnológicamente interconectado. Por eso este debate abierto es fundamental para enfrentarse a los desafíos contemporáneos que enfrentamos, pero también nos obliga a repensar críticamente el alcance y las posibilidades de ese debate en su totalidad, a través de todos los planos.

Como el estribillo “es merengue, no merengue”, la comunicación cae en una paradoja que la atrapa en un espacio siempre fracturado, que la convierte simultáneamente en ciencia, disciplina y arte.

Al igual que el sonido del merengue es de una forma, pero se construye sobre otra base, la comunicación se reinterpreta en el momento y de acuerdo con el contexto, adquiriendo una calidad esquivia y multidimensional. Esta fluidez se hace evidente en un contexto hiper tecnológico.

¿Ciencia, disciplina o arte? Quizás el encanto reside en saber que es y no es, al mismo tiempo.

- REFERENCIAS -

- Karam Cárdenas, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Andamios*, 4(7), 97–124. <https://doi.org/10.29092/uacm.v4i7.316>
- Piñuel Raigada, J. L. (2024). Fuentes epistemológicas de la teoría de la comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, (33), páginas 35-54. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.33.35>

- Presas Mata, F., Alende Castro, S., & Sánchez Serrano, D. (2023). Redes sociales: construcción y validación de las relaciones sociales en el nuevo ágora contemporáneo. En M. Perlado Lamo de Espinosa, N. Papí Gálvez, & M. Bergaz Portolés (Coords.), *Audiencias y medios digitales: más allá del dato* (pp. 41–52). Tirant lo Blanch.
- Rampazzo Gambarato, R., Alzamora, G. C., & Tárchia, L. (2020). *Theory, development, and strategy in transmedia storytelling*. Routledge.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: Una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.
- Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.

CAPÍTULO 5

LA COMUNICACIÓN FRENTE A LA EVOLUCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ANDRÉS ESTEBAN HERNÁNDEZ ALTAMIRANO
SHELDON AUGUSTO LÓPEZ MONTENEGRO

CITAR COMO

Hernández Altamirano, A. E. & López Montenegro, S. A. (2025). La comunicación frente a la evolución de la inteligencia artificial. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Transformaciones de la comunicación en la era tecnológica* (pp. 63-81). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18197076>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18197076>

LA COMUNICACIÓN FRENTE A LA EVOLUCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Autores

Andrés Esteban Hernández Altamirano

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador
andres.hernandez@uasb.edu.ec

Sheldon Augusto López Montenegro

Asesor y consultor independiente
sheldonlopez@hotmail.com

- INTRODUCCIÓN -

La Comunicación es la ciencia que estudia el envío y recepción de mensajes, es el arte de transmitir ideas de manera efectiva y la disciplina estructurada y sistémica que facilita la gestión humana en todo tipo de actividades. La información puesta en común, circula y se retroalimenta mediante canales y códigos, superando los ruidos que conflictúan el entendimiento debido a la variabilidad que afecta a la transmisión de datos (Sandua, 2024).

Gracias a su inteligencia superior, el ser humano ha podido desarrollar diversas formas de comunicación para expresar sus ideas, emociones y necesidades sociales, culturales y tecnológicas. La Comunicación es aplicable de manera interdisciplinaria porque permite exponer lo que las ciencias desean expresar, es imposible no comunicar (Jensen, 2021). Toda teoría busca motivar la acción congruente para transformar la ciencia en aplicaciones que afecten a la realidad física, en beneficio integral de la sociedad.

El lenguaje mediante la comunicación verbal y escrita brinda significados y significantes a diversos símbolos y signos. Las palabras compuestas por letras son fuentes del saber ancestral que, complementando al análisis sintagmático superficial, permiten un análisis paradigmático (García de la Torre, 2023) profundo para establecer la trazabilidad mediante la cual se posibilita, a través de unidades lingüísticas similares, la comprensión de la cultura y expresión de una sociedad. Los números son conceptos abstractos consensuados, propios de las ciencias exactas. Son signos que señalan cantidades y símbolos cuando son utilizados para realizar cálculos, operaciones y en reemplazo de elementos como las letras al ser procesadas por la informática.

En complemento, las formas de comunicación no verbal hacen uso del lenguaje corporal para establecer nexos informativos entre el emisor y el perceptor, incluyendo las formas que no siempre pueden comunicarse de manera verbal.

La sociedad se beneficia de las acciones que el proceso comunicativo engendra (Montero, 2021), siendo este ciclo fundamental para los acuerdos y la obtención de resultados que solucionan los problemas a los que el ser humano ha debido enfrentarse desde su aparición.

El pensamiento, el raciocinio y la creatividad, entre otros, establecen la data obtenida mediante la percepción del mundo a través de los sentidos. Las imágenes, sonidos, olores, texturas y sabores, robustecen constantemente la información compartida, hecho que configura aquello que en conjunto consideramos como real. En este marco, la inteligencia es la capacidad mediante la cual se analiza, razona y soluciona situaciones de manera lógica y creativa (Sapientia, 2021), con el fin de ayudar a organismos complejos y simples como los microbios, a desarrollarse en diversos ambientes. Aunque la afirmación resulta polémica, todos los seres vivos cuentan con un grado de inteligencia basada en procesos biológicos para entender, aprender y adaptarse al entorno. Las plantas, por ejemplo, pese a no

poseer un cerebro ni un sistema nervioso, procesan y responden a la información ambiental para subsistir, incluso, se comunican entre ellas.

La tecnología es el resultado de la constante innovación. La escritura, la imprenta, la radio, la televisión, los computadores, el internet en donde se refugian las redes sociales, son ejemplos de cómo la necesidad por enviar más y mejores mensajes, motivan a la creación de nuevas maneras para comunicar más allá de los límites que imponen el tiempo y el espacio.

La Inteligencia Artificial (IA), creada hace más de 50 años, pero con un auge sin precedentes desde el 2022 – 2023, es la capacidad no orgánica de generar artilugios artificiales para realizar tareas propias de una inteligencia humana (Heras, 2022). Actualmente, el terreno de acción de la IA está limitado al mundo digital gobernado por los algoritmos, básicamente es un software que requiere de hardware para contactar con el mundo físico en el que reina el ser humano. Pese a esta aseveración, cada vez más se siente la presencia física - virtual de la IA en la vida diaria del hombre, gracias a la creación de robots que incluso simulan la apariencia física de los seres orgánicos complejos, generando incertidumbre por su papel en la realidad.

Similar a lo que es un proceso en un sistema (Fabregó, 2022), se conoce como algoritmo a las instrucciones requeridas para resolver algo partiendo desde un problema. Son soluciones expresadas mediante listados lógicos y ordenados que implican convertir datos de entrada en respuestas como salidas. El establecimiento de un algoritmo busca que lo hecho se realice de manera rápida y eficiente. Tal cuál sucede en los diagramas de flujo, los algoritmos llevan de un punto A hacia un punto B. Un algoritmo toma como entrada los datos textuales y numéricos presentes en materiales audiovisuales como videos, audios, textos, fotos, etc., los procesa mediante pasos previamente establecidos y obtiene los resultados requeridos (Knuth, 2021).

La IA es el conjunto de algoritmos complejos interrelacionados que fluyen continuamente, en donde las salidas de los unos son las entradas de otros. Un programa es un algoritmo transformado en código que escrito es interpretado por un computador para ejecutar una acción (Busom, 2024). La programación sirve para operar o transformar datos, manipular hardware y para trabajar con el sistema de inteligencia artificial.

Para la programación de la IA se crean abstracciones, es decir, se juntan los pasos de los algoritmos en frases que representen a las acciones deseadas, de manera que se puedan repetir las órdenes mediante una especie de títulos representativos, sin necesidad de repensar todos los pasos establecidos para cada caso (Campos, 2022). Como si fuera automático, el cepillarse los dientes, buscar una película o beber agua de un vaso, son ejemplos de abstracciones humanas que la IA busca simular abstrayendo el conjunto de pasos para facilitar su lectura y aplicación. Esta tarea es fundamental para eliminar reprocesos en la ardua lucha de los programadores por mejorar la efectividad de los algoritmos mediante la acción de juntar y eliminar palabras que no generen valor para el entendimiento de una frase. Seguidamente, la IA establecerá patrones que agrupen y clasifiquen la o las letras por aspectos similares, reemplazando con esto la estructura sintáctica (sujeto, predicado y complementos) por números y estadísticas.

En este punto es importante señalar que la IA realmente no lee ni entiende el sentido de las palabras, para procesarlas debe transformar las letras en patrones numéricos, es decir, no comprende literalmente la intencionalidad de un texto debido a que la lógica con la que extrae el sentido del mensaje es diferente a la abstracción que realiza el ser humano. La IA no sabe lo que está haciendo, responde a su programación y a lo solicitado.

Los prompts (instrucciones literarias mediante las cuales los usuarios interactúan con la IA) son fundamentales para activar los patrones que conducen a las palabras relacionadas al pedido,

cuyos resultados posteriormente son reestructurados en el marco de la sintáctica requerida para comprender la solución obtenida (García, 2023). Esta es la razón por la que los resultados que la IA ofrece responden al tema tratado, pero no siempre son confiables ni verdaderos, aunque así lo aparenten. Las palabras que use el prompt serán claves para guiar la respuesta a un resultado esperado.

Es fundamental entender que IA cuenta con programación humana para trabajar, por ejemplo, mediante booleanos (dato matemático que solo puede tener dos valores) utilizados para establecer si algo procede o no, si es verdadero o falso, si es de una u otra manera (Coronado, 2024). Por ejemplo, para el caso de un algoritmo creado para establecer los pasos para hacer un desayuno, la IA requiere que esté establecidas las condiciones para determinar si el pan debe ir con mantequilla o no, si el jugo va en vaso grande o no, etc.

En el mundo de la inteligencia artificial, la programación requiere cosificar objetos para transformar los elementos que vemos en el mundo real en códigos (Pérez, 2024), por ejemplo, al nombre de una persona se le puede dar características para segmentarlo y micro segmentarlo a partir de sus interacciones con la información presente en la web. Sus acciones en el mundo digital lo encasillan en burbujas que presentan y ordenan las respuestas preseleccionadas acorde a sus gustos, comentarios, selecciones, bloqueos, preferencias, etc., visto desde el lado positivo, para ofrecer un mejor servicio en los resultados que se ofrecen, por el contrario, para inducir en la toma de decisiones del usuario. Cabe recalcar que la obtención de datos provenientes desde el exterior, se toman incluso sin que el usuario esté plenamente consciente de esta extracción, planteando un dilema ético para las empresas que hacen uso de conversaciones, imágenes, videos, datos (entre comillas) personales, etc., para su propio beneficio. Es importante considerar que de esta manera también las empresas de productos y servicios, focalizan sus esfuerzos a través del Marketing para sugerir e influenciar en las decisiones de los públicos estratégicos al cual se enfocan.

El aprendizaje automático o machine learning de la IA se presenta cuando un algoritmo es capaz de modificarse considerando su propio rendimiento, debido a que el programador no ha definido cómo procesar algo. La red neuronal de la Inteligencia Artificial se activa para aprender y mejorar cuando no sabe cómo explicar algo, pero, ese algo sí se puede exponer mediante ejemplos o datos generales. La red encontrará patrones y estructuras dentro de datos para entrenarse en la forma de actuar y continuar con el proceso (López, 2023).

La IA aprende de los humanos, asimila de los datos que recibe. Hay que entrenar a la IA para reducir y corregir los posibles sesgos que puedan aparecer. Al igual que el ser humano aprende desde pequeño sobre los datos de entrenamiento que recibe, la Inteligencia Artificial requiere aprender de lo que se le expone e indica.

Existen varios tipos de aprendizaje, como el aprendizaje supervisado, donde se etiquetan los datos para que el algoritmo aprenda a partir de ejemplos, y el aprendizaje no supervisado, que funciona sin intervención humana y que de cierta manera preocupa, en la medida en que la IA progresa sin un adecuado control, por el incremento de su capacidad para tomar decisiones propias que sesguen y afectar sus resultados (Holmes, 2021). El futuro podría engendrar un mejor algoritmo de aprendizaje, un metaaprendizaje que busque la mejor manera de superarse permanentemente y sin límite, potenciando el aprendizaje profundo o memoria larga a corto plazo mediante redes neuronales artificiales, situación que como una constante podría mejorar la calidad de vida de los humanos, por ejemplo, en la búsqueda incansable de curas para enfermedades que hoy se consideran incurables.

Por otro lado, como parte de los retos comunicacionales, es importante considerar un dilema social que nace desde la concepción de la opinión personal (creencia o juicio subjetivo sobre un asunto o situación) y la opinión pública (suma de opiniones personales sobre temas de interés general). Ambas opiniones son más precisas en la medida en la que cuenten con datos que puedan ser verificables,

por tanto, requieren de información de alta calidad para interactuar efectivamente en el debate de los asuntos públicos y privados. En este contexto, las organizaciones dueñas de los grandes medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, incluidas aquellas propietarias de las redes sociales, son las responsables de brindar a la sociedad la información que fundamenta sus opiniones e influye en sus decisiones, hecho que podría distorsionarse si los medios priorizan sus lógicas organizacionales afectando a la programación de la IA presente en chats, buscadores y redes sociales, segando la data al definir los algoritmos a favor o en contra de algo, respuestas que sin conciencia del usuario, podrían influir a favor de sus posiciones por sobre los intereses sociales (Evans, 2023).

Los comunicadores sociales, al igual que otras profesiones, especialmente aquellas relacionadas a las ciencias sociales, se encuentran actualmente en una situación de riesgo laboral por la aparente capacidad de la IA de reemplazarlos, si no es totalmente sí de forma parcial, situación que resulta en una disminución de las plazas de trabajo y la ausencia de alumnos que deseen formarse en carreras sociales de tercer y cuarto nivel. La capacidad que brinda la IA a cualquier persona que requiera analizar y producir textos velozmente, generar audiovisuales de alta calidad en segundos, transformar datos de cualquier tipo en soluciones correctivas y preventivas, pensar en prospectiva, entre otros resultados (Coronado, 2024), son imposibles de comparar frente a las limitadas capacidades humanas, sin embargo, no hay que olvidar que detrás de la creación de los algoritmos, como he señalado anteriormente, están los programadores y una serie de exponentes humanos, que aportan con los inputs requeridos por el proceso y determinan, diseñan y validan los caminos que la IA sigue para poder interactuar con el mundo humano.

La información adecuadamente tratada se convierte en información de calidad. La IA requiere de esta cualidad para producir los resultados fiables que ofrezcan las respuestas que requiere la sociedad (López, 2024). La transformación del lenguaje a patrones numéricos ocurre

una vez que se establecen los requisitos cuantificables inherentes a los resultados deseados. La capacidad de expresión humana debe potenciarse haciendo uso correcto del lenguaje como primer paso dentro del proceso de estructuración de los resultados que ofrece la Inteligencia Artificial.

En el plano organizacional, el comunicador cumple con funciones y responsabilidades específicas relacionadas a la información que producen las empresas e instituciones y las organizaciones con y sin fines de lucro, para ello toma como norte a la imagen corporativa constituida por la percepción de los públicos respecto a la identidad, siendo esta última el producto de una cultura organizacional (valores, principio y costumbres) aplicada mediante una filosofía de acción establecida en la misión, visión, objetivos y estrategias organizacionales. El constante reto del comunicador radica en velar por la congruencia (correlación) de la imagen frente a la identidad, es decir, el ser y parecer organizacional (Mouthón, 2022). En este marco, actúa como asesor de la máxima autoridad con visión de prospectiva, cuidador de las formas de expresión (de las acciones y comunicaciones), abogado de los intereses de los públicos estratégicos frente a la planificación, líder de la gestión integral de pre crisis y crisis, entre otros (Cervera, 2024).

Ante lo expuesto, el presente estudio busca contribuir a la gestión de los comunicadores frente a los retos que presenta la Inteligencia Artificial, con el fin de aportar al robustecimiento de la IA como la mejor herramienta para obtener soluciones a los principales problemas que enfrenta la sociedad, al mismo tiempo que se aprovecha la oportunidad para aportar ideas generales para el desarrollo y establecimiento de la práctica profesional de los comunicadores en general, acorde a las necesidades y expectativas sociales y organizacionales, sin perder de vista sus fundamentos científicos y el espacio laboral tradicional.

- METODOLOGÍA -

Este estudio adopta un enfoque metodológico cualitativo para explorar cómo los comunicadores pueden gestionar la comunicación frente a los retos que propone la Inteligencia Artificial. La metodología se centra en la exploración teórica y práctica de la relación de la comunicación humana con la IA, a través de fuentes documentales y visuales.

Gracias al análisis exhaustivo de la literatura y el estudio de audiovisuales (seleccionados en YouTube por su veracidad y alto número de visualizaciones) sobre la Inteligencia Artificial, la Comunicación y su interrelación, mediante la herramienta FODA, se proporciona una visión práctica de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas enfrentadas por los comunicadores en este contexto.

Desde la prospectiva, se busca que los resultados aporten al robustecimiento de la IA destacando el papel crucial de los comunicadores en este proceso.

- RESULTADOS Y DISCUSIÓN -

Basado en el texto expuesto anteriormente, a continuación, se presenta un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para evaluar la posición de la comunicación frente a la evolución de la Inteligencia Artificial.

FODA:

♦ Fortalezas

Interdisciplinariedad de la Comunicación: La capacidad de la comunicación para integrarse con diversas disciplinas permite generar mensajes desde múltiples campos teóricos y prácticos, facilitando la

transmisión de ideas y la gestión de actividades humanas.

Habilidad Humana en la Comunicación: La comunicación humana se basa en la inteligencia superior, la creatividad, el pensamiento crítico y el raciocinio, lo que permite expresar ideas, emociones y necesidades sociales, culturales y tecnológicas de manera efectiva.

Importancia del Lenguaje: La comunicación verbal y escrita, así como la no verbal, son fundamentales para establecer significados y significantes, comprender la cultura y expresar las necesidades de una sociedad.

Rol Social de la Comunicación: El proceso comunicativo es esencial para los acuerdos y la obtención de resultados que solucionan los problemas a los que el ser humano se enfrenta.

Generación de Información de Calidad: La comunicación juega un papel crucial en la transformación de datos en información de calidad, esencial para que la IA produzca resultados fiables y útiles para la sociedad.

•Oportunidades

Fortalecimiento de la IA como Herramienta Social: La comunicación puede contribuir a fortalecer la IA como una herramienta clave para solucionar problemas sociales, siempre y cuando se gestione adecuadamente.

Adaptación Profesional: Los comunicadores tienen la oportunidad de adaptar su práctica profesional a las necesidades actuales, aprovechando la IA como un complemento a sus habilidades.

Mejora en la Calidad de la Información: La comunicación puede garantizar que la IA se beneficie de información confiable y prompts adecuados, lo que generará mejores resultados y soluciones para los usuarios finales.

Nuevas Formas de Comunicación: La evolución de la IA impulsa la creación de nuevas formas de comunicación, superando las limitaciones de tiempo y espacio, lo que abre un abanico de posibilidades para los comunicadores.

Desarrollo de Habilidades Especializadas: Los comunicadores pueden enfocarse en desarrollar habilidades que complementen las capacidades de la IA, como la creación de prompts efectivos, la verificación de información y la gestión de la comunicación estratégica.

• Debilidades

Riesgo de Reemplazo Laboral: La IA presenta una amenaza de reemplazo laboral para los comunicadores, especialmente en tareas que pueden ser automatizadas, lo que puede llevar a una disminución de plazas de trabajo.

Dependencia de la Información: La IA depende de la calidad de la información que recibe, lo que significa que los sesgos y la información errónea pueden afectar negativamente los resultados.

Falta de Entendimiento Literal: La IA no comprende literalmente la intencionalidad de un texto, ya que transforma las letras en patrones numéricos, lo que puede llevar a interpretaciones erróneas o resultados no confiables.

Dilemas Éticos: La extracción de datos personales por parte de las empresas para entrenar a la IA plantea dilemas éticos relacionados con la privacidad y el consentimiento del usuario.

Influencia de las Lógicas Organizacionales: Los medios de comunicación y las redes sociales pueden priorizar sus lógicas organizacionales al programar la IA, lo que puede sesgar la información y afectar la opinión pública.

- ♦ **Amenazas**

Sesgos en la Información: La IA puede reproducir y amplificar los sesgos presentes en los datos de entrenamiento, lo que puede llevar a decisiones discriminatorias o injustas.

Manipulación de la Opinión Pública: La IA puede ser utilizada para manipular la opinión pública mediante la difusión de información falsa o engañosa.

Pérdida de Control: El aprendizaje no supervisado de la IA puede llevar a una pérdida de control sobre su desarrollo y toma de decisiones, lo que puede tener consecuencias negativas.

Disminución en la Formación de Profesionales: La percepción de que la IA puede reemplazar a los comunicadores puede llevar a una disminución en el número de estudiantes que desean formarse en carreras relacionadas con la comunicación.

Desinformación: La capacidad de la IA para generar textos y audiovisuales de alta calidad en segundos puede facilitar la difusión de desinformación y noticias falsas.

Cruces FO, FA, DO, DA

La matriz FODA, genera las siguientes estrategias aplicables al campo de la comunicación con el fin de adaptarse al auge de la IA, aprovechando sus fortalezas y oportunidades al tiempo que mitiga sus debilidades y amenazas:

- ♦ **Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades):** Estas estrategias buscan maximizar tanto las fortalezas como las oportunidades.

Aprovechar la interdisciplinariedad de la comunicación y la habilidad humana para fortalecer la IA como herramienta social: Esto implica que los comunicadores participen activamente en el desarrollo de la IA, asegurando que se alinee con los valores sociales

y aborde los problemas sociales de manera efectiva.

Desarrollar herramientas especializadas de IA basadas en el lenguaje para mejorar la calidad de la información: Se centra en la creación de herramientas de IA que mejoren la comunicación, como sistemas avanzados de verificación de hechos o herramientas que identifiquen y señalen automáticamente la desinformación.

- Estrategias FA (Fortalezas y Amenazas): Estas estrategias se centran en utilizar las fortalezas para minimizar el impacto de las amenazas.

Enfatizar el valor insustituible de las habilidades de comunicación humana en áreas donde la IA es propensa a sesgos o manipulación: Destacar el pensamiento crítico, el juicio ético y la comprensión matizada que aportan los comunicadores humanos, de los que carece actualmente la IA.

Utilizar la experiencia en comunicación para abordar proactivamente la amenaza de la desinformación impulsada por la IA mediante la creación de iniciativas sólidas de verificación y educación: Desarrollar estrategias para combatir las noticias falsas y educar al público sobre cómo identificarlas.

- Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades): Estas estrategias tienen como objetivo minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades.

Abordar las preocupaciones sobre el reemplazo laboral centrándose en roles de comunicación que complementen a la IA, como la ingeniería de prompts, la supervisión ética y la gestión estratégica de la comunicación: Capacitar a los comunicadores para que trabajen junto con la IA, centrándose en tareas que requieran habilidades exclusivamente humanas.

Desarrollar estrategias de comunicación para asegurar que los

sistemas de IA se alimenten con información diversa e imparcial, mitigando la dependencia de la información: Trabajar activamente para curar y proporcionar a los sistemas de IA datos de alta calidad e imparciales para mejorar su precisión y fiabilidad.

- Estrategias DA (Debilidades y Amenazas): Estas estrategias tienen como objetivo minimizar tanto las debilidades como las amenazas.

Mitigar el riesgo de desplazamiento laboral mediante la readaptación y la mejora de las habilidades de los profesionales de la comunicación en áreas menos susceptibles a la automatización, como la comunicación estratégica y la gestión de crisis: Preparar a los profesionales de la comunicación para el cambiante mercado laboral proporcionándoles habilidades que sean difíciles de replicar para la IA.

Establecer directrices éticas y regulaciones para el desarrollo y la implementación de la IA en la comunicación para prevenir el uso indebido y proteger la opinión pública: Abogar por el desarrollo y el uso responsables de la IA en la comunicación, incluidas medidas para prevenir la manipulación y garantizar la transparencia.

- CONCLUSIONES -

La IA necesita del ser humano para comprender el mundo físico e inteligenciar sus objetivos, su interrelación constructiva es fundamental para el éxito compartido requerido por la sociedad.

Los comunicadores tienen el reto de motivar la continua exposición de datos, a través de medios tradicionales y no tradicionales, y velar por la gestión de calidad de la información desde la fuente.

Los comunicadores son los profesionales llamados a motivar el análisis, desarrollo y envío de información interdisciplinaria, útil

para mejorar los resultados que ofrece la IA.

La intervención de los comunicadores en el desarrollo lingüístico y semiótico de la información que ingresa a los algoritmos y la interacción final de los usuarios con la IA mediante prompts efectivos, potenciará la obtención de los resultados deseados.

Es tarea del comunicador escuchar estratégicamente a la sociedad y abogar por ella, exponiendo las necesidades y expectativas humanas para afinar el uso efectivo de la IA hacia la búsqueda de soluciones trascendentales para la humanidad.

La comunicación es el factor determinante para establecer una cultura social que aporte constantemente a favor del posicionamiento de la Inteligencia Artificial como el centro del análisis interdisciplinario para la toma de soluciones universales que beneficien al ser humano de manera integral.

- REFERENCIAS -

8 pasos para dominar algoritmos (en programación). (2022, 18 de agosto). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HaLLqlGn78M&t=394s>

Busom Rodríguez, M., Caja Corral, Á., Hernández Barrueco, L. C., Socconini Pérez Gómez, L., Hernández Ramos, E. M., Casal Castro, J. L., Peña Andrés, C., Cortina Aurrecoechea, J., Tundidor Díaz, A., & Rivas Alejandro, B. (2024). Inteligencia artificial y cadena de suministro (p. 37). ICG Marge, SL. ISBN: 9788410238213

Campos Monge, E. M., López Querol, J., & Campos Monge, M. (2022). Oposiciones Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria (p. 113). RA-MA S.A. Editorial y Publicaciones.

ISBN: 9788419444417

Cervera Fantoni, Á. L., & Fernández Hernández, R. (2024). Comunicación global: Desafíos, estrategias y perspectivas (p. 440). ESIC Editorial. ISBN: 9788411920414

¿Cómo funciona ChatGPT? La revolución de la inteligencia artificial. (2023, 10 de enero). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FdZ8LKjBhQ>

Coronado García, B. (2024). Programación con lenguajes de guion en páginas web. UF1305 (p. 190). Editorial Tutor Formación. ISBN: 9788419189813

Coronado, B. (2024). Herramientas IA para impulsar la productividad (p. 127). Ediciones de la U. ISBN: 9789587927733

Digital Sapiencia. (2023). Revolución empresarial 2024: 7 estrategias claves para transformar tu negocio en la era digital (p. 51). Merlet Alfredo. ISBN: 9798223491774

El mayor problema de la IA que nadie puede resolver. (2022, 5 de abril). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=85eXrLo7aGw>

Evans, K., & UNESCO. (2023). Rumbo a la IA: Una aventura algorítmica (p. 116). UNESCO Publishing. ISBN: 9789233002050

García de la Torre, J. M. (2023). Valle-Inclán (1866-1936): Creación y lenguaje (p. 47). Brill. ISBN: 9789004657786

García Ruiz, R. (2023). La alfabetización mediática y digital en el curriculum (p. 78). Editorial Dykinson, S.L. ISBN: 9788411706797

- Herrera de las Heras, R. (2022). Aspectos legales de la inteligencia artificial: Personalidad jurídica de los robots, protección de datos y responsabilidad civil (p. 18). Dykinson. ISBN: 9788411221627
- Holmes, W., Hui, Z., & Miao, E. (2021). Inteligencia artificial y educación: Guía para las personas (p. 10). UNESCO. ISBN: 9789233001657
- Jensen, K. B. (2021). La comunicación y los medios: Metodologías de investigación (p. 266). Fondo de Cultura Económica de España. ISBN: 9786071640901
- Knuth, D. E. (2021). Algoritmos fundamentales (p. 5). Reverte. ISBN: 9788429190182
- La “IA” lo cambia TODO | Lo que deberías saber sobre la inteligencia artificial. (2022, 15 de marzo). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bOQjgy1PhUg&t=605s>
- La historia completa de la inteligencia artificial (por EDteam). (2021, 20 de noviembre). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WCM0h9TX7cY>
- López Espadafor, C. M. (Ed.). (2024). Investigación, desarrollo e innovación en disciplinas con contenidos normativos y sociales (p. 475). Dykinson. ISBN: 9788410705197
- López Sotelo, J. A. (2023). Deep learning: Teoría y aplicaciones (p. 240). Marcombo. ISBN: 9788426736079
- Martí Fabregó, N. (2022). El director de calidad en empresas de alojamiento y restauración (p. 59). Díaz de Santos. ISBN: 9788490523872

- Mouthón Ramos, P., & Balderas Trejo, O. G. (2022). Relaciones internacionales, competitividad y sostenibilidad (p. 548). UNAM, FES-Iztacala, LEED. ISBN: 9786079883584
- Pérez Calle, R. D. (2024). Economía, derecho y empresa ante una nueva era (p. 861). Dykinson. ISBN: 9788411709354
- Programación desde cero ¡El método que nadie te dijo! (2021, 10 de octubre). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5iT4JNX8KyE>
- ¿Qué es un algoritmo? (2021, 5 de mayo). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=U3CGMyjzlvM&t=20s>
- ¿Qué es y cómo funciona la inteligencia artificial? (2022, 30 de junio). [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_tA5cinv0U8
- Sandua, D. (2024). Comunicación eficaz y barreras semánticas (p. 148). Amazon Digital Services LLC - KDP. ISBN: 9798873878369
- V. Completa. Una clase magistral del pionero de la inteligencia artificial. Jürgen Schmidhuber. (2023, 25 de febrero). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Q6BclIP5QBQ>
- Véliz Montero, F. (2021). Resiliencia organizacional (2.ª ed., p. 177). Gedisa Editorial. ISBN: 9788418525018