

# LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN: RECORRIDO Y PERSPECTIVAS

Jessica Jasmín Herrera-Ortiz\*



<https://orcid.org/0000-0003-2381-8211>

Jessica María Peña-Avilés\*\*



<https://orcid.org/0009-0005-2570-4527>

María Verónica Herrera-Valdivieso\*\*\*



<https://orcid.org/0000-0001-6186-1451>

Douglas Xavier Moreno-Morán\*\*\*\*



<https://orcid.org/0000-0003-3546-1635>

RECIBIDO: 04/08/2023 / ACEPTADO: 08/12/2023 / PUBLICADO: 15/01/2024

**Cómo citar:** Herrera-Ortiz, J., Peña-Avilés, J., Herrera-Valdivieso, M., Moreno-Morán, D. (2024). La inteligencia artificial y su impacto en la comunicación: recorrido y perspectivas. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(1), 278-296.  
[www.doi.org/10.36390/telos261.18](http://www.doi.org/10.36390/telos261.18)

## RESUMEN

La inteligencia artificial ha tenido un impacto importante en los procesos de socialización de la sociedad actual, particularmente en lo que tiene que ver con la comunicación, sus vías y funciones. El objetivo de este artículo es interpretar el impacto de la inteligencia artificial en la comunicación, su recorrido y sus perspectivas en la actualidad. Para ello, se parte de la certeza que la IA, ha transformado la forma en que se produce la interacción social, mejorando significativamente la comunicación entre personas de diferentes culturas e impulsando así la colaboración y el entendimiento humano. Metodológicamente, el artículo se apoya en las herramientas de la investigación teórica y descriptiva, con un diseño documental, que permite interpretar las categorías de las que se ocupan los autores al estudiar este tema. Esto es, un análisis hermenéutico acerca de la manera particular en la que impacta la inteligencia artificial en la comunicación y, en forma indirecta sobre aspectos de la vida cotidiana. Para la interpretación se generan una serie de matrices teóricas que recogen las reflexiones sobre el

\* *Autora de correspondencia.* Licenciada en Mercadotecnia y Publicidad, Máster en Comunicación y Marketing Político. Docente TC en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil - Ecuador. [jessica.herrerao@ug.edu.ec](mailto:jessica.herrerao@ug.edu.ec)

\*\* Ingeniera en Producción Audiovisual, Magíster en Diseño y gestión de la producción audiovisual. Docente MT en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil - Ecuador. [jessica.penaar@ug.edu.ec](mailto:jessica.penaar@ug.edu.ec)

\*\*\* Licenciada en Comunicación Social, Máster en Periodismo de Investigación Datos y Visualización, Especialista en lenguaje y escritura académica, Diplomado en Educación Superior. Docente TC Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil - Ecuador. [maria.herrerava@ug.edu.ec](mailto:maria.herrerava@ug.edu.ec)

\*\*\*\* Licenciado en Comunicación Social por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL. Máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla- Máster en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz. Docente en la Universidad Estatal de Milagro – Ecuador. [dmorenom@unemi.edu.ec](mailto:dmorenom@unemi.edu.ec)



tema, en función de las categorías que han construido los expertos cuyos productos intelectuales fueron ubicados y analizados. Entre los hallazgos que muestra esta investigación, están los impactos inherentes al desarrollo de herramientas comunicacionales como los chatbots y asistentes virtuales que pueden interactuar con los usuarios de manera casi humana, brindando respuestas instantáneas y soluciones a problemas comunes. Así mismo, se ha encontrado que en el ámbito de la comunicación este fenómeno plantea desafíos y perspectivas inherentes a sus funciones y utilidades en el campo laboral, la labor de los medios y la praxis de la pedagogía.

**Palabras clave:** inteligencia artificial; comunicación; chatbot; recorrido histórico; perspectiva teórica.

### *Artificial intelligence and its impact on communication: journey and perspectives*

#### **ABSTRACT**

Artificial intelligence has had an important impact on the socialization processes of today's society, particularly in what has to do with communication, its pathways, and functions. The objective of this article is to interpret the impact of artificial intelligence on communication, its journey, and its perspectives today. To do this, we start from the certainty that AI has transformed the way social interaction occurs, significantly improving communication between people from different cultures and thus promoting collaboration and human understanding. Methodologically, the article is based on theoretical and descriptive research tools, with a documentary design, which allows for interpreting the categories that the authors deal with when studying this topic. That is a hermeneutical analysis of the particular way in which artificial intelligence impacts communication and, indirectly, aspects of daily life. For interpretation, a series of theoretical matrices are generated that collect reflections on the topic, based on the categories that have been constructed by the experts whose intellectual products were located and analyzed. Among the findings shown in this research are the impacts inherent to the development of communication tools such as chatbots and virtual assistants that can interact with users in an almost human way, providing instant responses and solutions to common problems. Likewise, it has been found that in the field of communication, this phenomenon poses challenges and perspectives inherent to its functions and utilities in the workplace, the work of the media, and the praxis of pedagogy.

**Keywords:** artificial intelligence, communication, chatbot, historical overview, theoretical perspective.

**Keywords:** artificial intelligence; communication; chatbot; historical overview; theoretical perspective.

#### **Introducción**

La presencia de la inteligencia artificial (IA), como una variable de la interacción social y la comunicación tiene ya unos cuantos años en el debate intelectual. Sin embargo, el tema no deja de generar reflexiones en cuanto a su papel o funciones, en una realidad sociocultural cada vez más relacionada con el manejo de información y la digitalización de los procesos comunicacionales, tanto en ámbitos formales como informales.

En sus orígenes, en la década de 1940, la IA es una iniciativa que procura aligerar ciertos procesos que tienen que ver con el uso de la computación aplicada a las actividades de las personas en sus trabajos (Guerrero y Ballester, 2023). Su evolución le lleva, de a poco a ser introducida en nuevos campos asociados a las Tecnologías de la Información y la comunicación (Tic), con un enfoque que intenta superar una simple automatización de los procesos laborales. Esa evolución teórico-práctica es la que impulsa una mayor integración entre las funciones, estrictamente mecánicas y, el proceder de las personas, humanizando la aplicabilidad de la IA.

En esa dinámica, las actividades que pueden ser impulsadas por la acción o de la IA en la comunicación se han diversificado y, hoy día es posible encontrar su presencia en áreas como el trabajo, la educación y, la recreación. Más concretamente, la reflexión planteada en este artículo, pasa por interpretar el impacto de la IA en cuanto a su recorrido histórico y perspectivas en el campo de la comunicación. Se trata de presentar un registro documental de los aspectos más resaltantes que algunos autores han estudiado sobre el tema, en diferentes partes del mundo.

### **Breve perspectiva histórica de la producción intelectual en torno a la IA**

El origen de la IA artificial es algo complejo si se adopta una perspectiva holística del tema. Las tendencias que conducen hasta las aplicaciones más actualizadas de la IA, provienen de la persistencia en la exploración de las posibilidades de reproducir las potencialidades del cerebro humano en herramientas que suplen con éxito, hasta el momento reservadas a la capacidad racional de las personas.

De acuerdo con Sossa y Peña (2019), esto se enmarca en los esfuerzos inherentes al desarrollo de las llamadas Revoluciones Industriales (RI) y sus aplicaciones sociales. En una especie de cronología, estos autores presentan la génesis de la IA como parte de una cuarta RI, en la que se desarrollan las tecnologías digitales y las personas interactúan inmersos en una gran cantidad de instrumentos u objetos multimedia.

Esa realidad emergente, demanda del ser humano una actitud diligente y disciplinada para enfrentar asertivamente un escenario lleno de informaciones complejas, en ocasiones contradictorias o incompletas. Las personas deben aprender a comunicarse tanto desde el lenguaje propio de los seres humanos como desde las herramientas que provee la IA. No se trata de negociar la importancia que para el ser humano tiene la interacción social, sino de hacer más fácil el intercambio comunicacional en cualquiera de sus áreas o dimensiones.

El desarrollo de la IA no se puede desligar de la figura de Alan Turing, a quien se le atribuye sus inicios, con la publicación del artículo: "Máquinas Computacionales e Inteligencia". En él plantea la posibilidad de demostrar si una máquina puede alcanzar una inteligencia parecida a la del ser humano (Caparrini, 2021). Otros asocian el surgimiento de la IA, con los trabajos de McCarthy, Minsky y Shannon quienes, en 1956, proponen la construcción de computadoras automáticas, las redes neuronales, la programación computacional y, la creatividad como parte de la capacidad de abstracción y el azar, propios del pensamiento humano (Barrera, 2012).

En ese recorrido histórico, Coca y Llivina (2021), destacan la existencia de éxitos y fracasos de la IA. Resulto importante en sus inicios, la creación del lenguaje LISP o, lenguaje de programación y, las redes neuronales "Adaline y Perceptrón" que funcionaban para la resolución de problemas específicos en el campo computacional. Sin embargo, en ese mismo periodo, hubo una fase de estancamiento, producto de la actitud preventiva, sobre todo de los gobiernos,

para invertir en la potenciación de las herramientas de la IA aplicada a los procesos de la administración pública.

La inversión de las empresas reimpulsa a inicios de la década de 1990, la IA, sobre todo en lo que respecta a sus aplicaciones tecnológicas (Pardiñas, 2019). Los avances en su aplicabilidad para procesos que anteriormente eran solo humanos, impulsan el progreso tecnológico para un fortalecimiento de la relación entre el ser humano y las máquinas creadas por él. Aplicaciones como Siri de la compañía Apple, Alexa de Amazon y, Bixby, de Samsung, entran en esa evolución de la IA, para mejoramiento de las actividades cotidianas, bien sea en hogares, centros educativos, trabajos o, sitios de recreación.

### **Precisiones teórico-conceptuales de la IA en relación con la comunicación**

Para comprender la relación entre la IA y la comunicación, es necesario partir de una serie de precisiones conceptuales que permitan realizar una lectura hermenéutica de sus progresos y sus perspectivas. Por supuesto, hay elementos que se corresponden con la generalidad de la temática y que también deben tomarse en cuenta, por ejemplo, el concepto de inteligencia, sin que este circunscrito a la tecnología. El ser humano es, por excelencia, un procesador de su entorno, de las exigencias que este le presenta para que las supere, eso solo le es posible mediante la gestión de la inteligencia que le es propia.

### **La inteligencia Artificial y sus concepciones**

Una manera de resumir el concepto de IA, más allá de la cantidad de definiciones que se dan en la literatura especializada es asumirla como un proceso de transformación cultural y de las formas de interacción social. Las tecnologías digitales, el uso de los dispositivos derivados de ellas, representan un cambio cultural y no es posible oponerse al avance y aplicaciones de la IA, en los diferentes espacios en los que hace vida el ser humano. El hogar, el trabajo, la educación, la política, la administración pública, la vida amorosa, entre otros, son territorios colonizados por la IA y sus aplicaciones.

Filosóficamente, la IA se asocia a los esfuerzos del ser humano para incorporar la tecnología a la transformación del entorno (Clúa de Yarza, 2020). Forma parte de las iniciativas que buscan optimizar el trabajo humano, bien sea intelectual o manual y, una mayor eficacia y eficiencia en el cumplimiento de las diversas tareas planteadas para los trabajadores. Su origen, también remite a la cantidad de tareas y habilidades que se pueden desarrollar en virtud de la utilización de los ordenadores para actividades que, originalmente eran consideradas propias del trabajo humano (Cabanelas, 2019).

Bajo esta concepción, la IA viene a constituirse en una parte de la informática o la computación que busca emular las acciones propias de un ser humano inteligente, es decir, una persona que ha desarrollado sus capacidades cognitivas para asumir labores complejas que ameritan el uso del pensamiento y la lógica racional. La ventaja sería que, al utilizar la computación o la IA, las empresas, instituciones o personas, pueden automatizar esas labores, para que sea la máquina pueda realizarlas sin la intervención del ser humano.

Por otra parte, una de esas clasificaciones de la IA, la presenta plantea la existencia de una IA débil y, la IA fuerte. En el primer caso, se trata de máquinas o sistemas inteligentes que emulan el comportamiento racional del ser humano y, en esa medida pueden asumir funciones de forma mecánica (Porcelli, 2021). Según esta tipología, las aplicaciones de la IA fuerte, pueden

superar las funciones cognitivas de la inteligencia humana, en algunas labores particularmente complejas que incluyen áreas tan especializadas como la medicina.

Russell y Norvig, describen los sistemas de IA que pueden actuar como seres humanos. En este caso se trataría de los robots o computadoras que pueden imitar el accionar de una persona sin que haya mucha diferencia en el logro de los objetivos que plantea la acción. En esta tipología entran aquellos modelos tecnológicos que son capaces de razonar y percibir su entorno, como lo harían las personas en sus mismas circunstancias, Por último, los autores creen en la posibilidad de crear IA que actúe como el ser humano.

Recuenco y Reyes (2020), por su parte, presentan algunos ámbitos de aplicación de la IA, que comienza con el tratamiento de lenguajes naturales. Este uso refiere a la posibilidad de trabajar con la traducción e interacción entre idiomas, interfaces hombre máquina, lo que, de alguna manera facilita el trabajo con grandes cantidades de información en lenguas distintas. Estos autores también señalan áreas de aplicación como la robótica, los sistemas expertos, el aprendizaje y los reconocimientos de imágenes y sonidos.

El marketing es un área en la que se ha venido incorporando la IA, con muy buenos resultados para las empresas e incluso, para los pequeños emprendedores que tienen algún grado de experiencia en este tipo de dispositivos. De acuerdo con Martínez y Medina (2020), esto es posible, porque los instrumentos diseñados por la IA, tienen “capacidad de aprendizaje y predicción a partir de base de datos, que facilitan el diseño de técnicas inteligentes para la automatización de la experiencia con el cliente” (p.37).

Ahora bien, dada la expansión de los campos de aplicación de la IA, algunos autores como Serrahima (2022), han propuesto una división en dos grandes grupos que son la percepción y la cognición. En el primer grupo, el autor ubica algunos sistemas que tienen que ver con reconocimiento de voz e imagen. Aplicaciones o asistentes virtuales que se accionan con la voz, como Siri o Alexa, son ejemplos de la utilización de la percepción como un mecanismo que facilita, bien sea la búsqueda de información necesaria para llegar a un destino o, simplemente agrupar y escuchar música de acuerdo a los gustos del usuario.

Por otra parte, hay un grupo de aplicaciones reunidas en el campo de la cognición que también está siendo de gran utilidad en la sociedad. En este grupo se encuentra parte del impacto de la IA en los procesos comunicacionales, pues hay herramientas que potencian el trabajo con la interacción dialógica entre el ser humano y las máquinas. Se ha avanzado significativamente en la capacidad de algunos equipos y software, para comprender o interpretar el lenguaje, de forma que se puedan aligerar algunas tareas entre ellas, destaca el trabajo científico. Sin embargo, sigue en mora, la posibilidad de utilizar herramientas de análisis del lenguaje que pueda comprender o predecir estados de ánimo de las personas y, favorezca la utilización de esa información.

### **Abordaje metodológico**

Este estudio es de tipo descriptivo, responde al enfoque cualitativo y, a un diseño documental que según Reyes (2020), es congruente con la aplicación del método hermenéutico fundado en una exhaustiva, selección e interpretación de documentos; bien sean libros, investigaciones o artículos, relativos al tema. En virtud de ese diseño, se sigue como técnica de ubicación y selección de información la búsqueda sistemática en motores de divulgación científica como Google Académico y SciELO.

La búsqueda fue orientada por los descriptores analíticos que se derivan de la propuesta temática, es decir, inteligencia artificial e impacto de la IA en la comunicación. En ese sentido, en un primer momento, utilizando solamente ese criterio temático y el temporal, se obtuvieron los resultados arrojados que se muestran en la Tabla 1.

**Tabla 1.**

Número de resultados obtenidos por base de datos y descriptor

Fuente	Descriptor	Número de resultados inicial	Número de resultados para el periodo 2017-2023
Google Académico	Inteligencia artificial y comunicación	1390	752
	Perspectiva de la IA en la comunicación	1690	700
Scielo	Inteligencia artificial y comunicación	52	33
	Perspectiva de la IA en la comunicación	10	10

Una vez obtenido ese primer registro cuantitativo de literatura científica, que representa la “población”, según las categorías de búsqueda por base de datos, y con la finalidad de acotar la búsqueda se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión, para obtener una muestra documental:

- Contemporaneidad, relativo al año de publicación: se seleccionan documentos del 2017 en adelante.
- Orientación metodológica diversa: estudios cuantitativos, cualitativos o mixtos
- Disponibilidad o acceso en la web: se trabajó con documentos disponibles por completo en las bases de datos referenciadas.
- Pertinencia con el objetivo del artículo.

Los criterios de inclusión y exclusión señalados antes, permitieron arribar a una muestra intencional de la información, descartando aquellos artículos que a pesar de su relación directa con los descriptores, según la autora del artículo, o se solapaban con otros, o no eran pertinentes con el objetivo planteado la Tabla 2 muestra estos resultados.

**Tabla 2.**

Muestra intencional de documentos por base de datos y descriptor

Fuente	Descriptor	Selección intencional cribado por los criterios
Google Académico	Inteligencia artificial y comunicación	12
	Perspectiva de la IA en la comunicación	12
Scielo	Inteligencia artificial y comunicación	8
	Perspectiva de la IA en la comunicación	4
Total		36

Ahora bien, congruente con el diseño, el método y las técnicas de investigación, finalmente se referenciaron 15 artículos, los cuales se muestran en la Tabla 3, especificando el título, el año en que se publicó, las categorías de análisis y el motor de búsqueda en que se ubica.

**Tabla 3.**

Especificación temporal y temática de los artículos referenciados en el análisis hermenéutico

Título	Año	Categorías de análisis	Motor de búsqueda
Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships	2023	IA y lenguaje	Google Académico
El impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la disciplina de la comunicación	2023	IA Generativa y Comunicación	Google Académico
Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores	2022	Transformación digital e IA	SciELO
Inteligencia artificial, comunicación y democracia en América Latina: Una revisión de los casos de Colombia, Ecuador y México	2021	IA, comunicación y democracia	Google Académico
La inteligencia artificial y la robótica: sus dilemas sociales, éticos y jurídicos	2021	La IA y la robótica	SciELO
AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations	2020	Comunicación e IA	Google Académico
Machine learning and economics: bibliometric analysis	2020	Aprendizaje automático y Economía	Google Académico
Inteligencia artificial: Camino a un nuevo esquema del mundo	2020	IA	SciELO
Medios públicos y de servicio en la red. Perspectiva hispanoecuatoriana del servicio público de comunicación en la convergencia digital	2019	Medios Públicos y Comunicación	SciELO
Estructuras de propiedad: los dueños de la información digital	2019	IA e Información digital	Google Académico
Inteligencia Artificial: un estudio de su impacto en la sociedad	2019	IA y Sociedad	Google Académico
Estado del Arte en Inteligencia Artificial y Ciencia de datos	2019	IA y Ciencia de datos	Google Académico
Inteligencia artificial y comunicación: un desafío más allá de la tecnología	2019	IA y Comunicación	SciELO
Periodismo computacional: Evolución, casos y herramientas	2018	Periodismo e IA	Google Académico
Decades of automation in the newsroom	2017	IA y Automatización	SciELO

## Resultados y Discusión

Dadas las características del tema y los procesos y procedimientos metodológicos asumidos en la investigación, el apartado de los resultados se presenta en dos secciones. La primera de ellas refiere al conjunto de categorías que emergen como resultado de la hermenéutica documental y, la segunda, se concreta con la identificación y hermenéutica de algunos

documentos y autores seleccionados de forma intencional, considerando el objetivo del artículo. De cualquier manera, se entiende que la separación es solo una acción metodológica y no está vinculada a la manera en que se encuentra la información originalmente.

## **Resultados en cuanto a las categorías emergentes de la hermenéutica documental**

### **• La IA y la Comunicación**

A los intereses de este artículo, es relevante el tratamiento diferenciado de las relaciones que pueden establecerse entre IA y comunicación. Se entiende que todas las áreas de aplicación que tiene la IA en estos momentos, son parte de un desarrollo holístico en el sector, por lo que su tratamiento separado, se hace con una intencionalidad más heurística que realista. Uno de los campos en los que se ha sentido con mayor intensidad la presencia y usos de la IA, es en los procesos comunicacionales, bien sea en la esfera pública o, en el ámbito de privado.

Para autores como Lucas (2019), la comunicación es una de las áreas que mayor impacto recibe del avance exponencial de la IA en la actualidad, siendo que allí se han consolidado, no solo las mayores voluntades sino, una gran cantidad de inversiones empresariales. Muchas empresas tecnológicas, apuntalaron su crecimiento, incorporando asistentes virtuales o mecanismos como los chatbots, fundamentales en la interacción dialógica entre la máquina y los usuarios. “Según una encuesta realizada por Spiceworks, el 40% de las empresas americanas de más de 500 empleados habrán incorporado chatbots o asistentes virtuales para 2019” (p.26).

### **• La IA, los algoritmos y sus limitaciones para la comunicación**

Las máquinas, aunque sean capaces de imitar el pensamiento humano, en realidad, no están capacitadas para reflexionar acerca de sí mismas y sus limitaciones. Esto ocurre porque, como señala Pineda (2017), trabaja a partir de algoritmos que la habilitan para procesar y resolver ciertos problemas y solo esos problemas. En un momento determinado, puede tener dificultades para traducir y responder a ciertas interacciones dialógicas con los seres humanos.

El problema está, en que la comunicación humana no es solamente lógica, sino que contiene elementos psicológicos y, orgánicos que ninguna máquina, todavía puede imitar. Los seres humanos, son capaces de reaccionar frente a la incertidumbre y, recurrir a la creatividad ante circunstancias o exigencias de sus interlocutores en un momento determinado de la interacción. En ese sentido, es preciso seguir trabajando para lograr una mejor articulación entre la IA y la funcionalidad de los algoritmos, cuando se trata de la posibilidad de máquinas capaces de comunicarse como humanos.

Ahora bien, se han logrado avances importantes en cuanto a la posibilidad de las personas de intercambiar palabras con aplicaciones de carácter tecnológico. Ya sea como herramientas incorporadas a dispositivos digitales o como parte de los avances en el campo de la telefonía móvil, hoy día hay “interacciones cada vez más amigables, porque existen unos software y lenguajes de computación de mayor facilidad de uso por parte de las personas en su vida diaria” (Pineda, 2017, p.340).

### **• El problema de la ambigüedad en la comunicación con IA**

Algo que está presente en los procesos comunicacionales entre personas es la capacidad para interpretar los mensajes, según los sujetos que intervienen y la intencionalidad que ellos



puedan percibir en sus interlocutores. La interpretación está presente como un mecanismo deconstructivo y constructivo de lo que se dice, por qué se dice y, qué intenciones encierra ese decir. Las máquinas no pueden plantearse este tipo de acciones interpretativas porque están diseñadas para accionar en función de la relación causa-efecto, es decir, mensaje-respuesta (Valdiviezo y Bonini, 2019).

De todas estas circunstancias, el aspecto de la ambigüedad en la comunicación humana es un gran inconveniente para un avance más significativo en los procesos dialógicos personas-máquinas. Con frecuencia, los seres humanos se refieren a cosas, situaciones o eventos con palabras poco precisas e, incluso diferentes, esto representa un escollo a la hora en que se trabaje con aplicaciones conversacionales pues, las máquinas no están en capacidad, por ahora, de analizar las intenciones del hablante, sino de reaccionar frente a las palabras o términos que se utilizan.

Revertir órdenes que una máquina no comprende, es más complicado que reorientar una determinada exigencia de los jefes en una empresa. Los empleados son capaces de asimilar mensajes poco claros, bien sea preguntando sobre los aspectos que les confunden o, interpretando los mensajes en virtud de los estados de ánimo o intencionalidades que perciben. De esta manera, se entiende que la poca claridad en un determinado vocablo o frase, puede influir en una aplicación de IA sea poco efectiva a la hora de dialogar con las personas que la utilizan (Ramos, 2020).

- **La IA y su presencia en los medios de comunicación**

Siendo un fenómeno tan impactante para las formas en que se establece y desarrolla la interacción social, los dispositivos creados desde la IA, viene a significar toda una revolución en el contexto periodístico o informativo, “donde los algoritmos influyen ya en casi todos los aspectos de la información, desde la búsqueda y producción de contenidos a su distribución y consumo” ( Sanahuja & López, 2021). Más allá de hacer llegar las informaciones, los medios hacen esfuerzos por diversificar y automatizar los canales empleados para comunicar sus mensajes.

En el campo de los medios de comunicación, las aplicaciones de la IA se han convertido en una tendencia positiva aunque enfrenta algunas resistencias u obstáculos, dado el elevado costo que tienen en algunos casos. En ese sentido, los medios han fomentado el establecimiento de alianzas o cooperaciones que puedan permitirle a una mayor cantidad de medios, disponer de los progresos en materia de la IA. De lo que se trata es de aprovechar las potencialidades que tiene este sector emergente de las tecnologías digitales, abriendo más campos para la difusión o creación de contenidos (Cook et al., 2021).

La IA ha transformado el rol de la mayoría de los profesionales en el mundo actual, independientemente de sus áreas de desempeño. Es lógico que, tratándose de un campo proclive al uso intensivo de las tecnologías digitales, en los medios de comunicación se estén aplicando una serie de cambios que buscan satisfacer la demanda de información actualizada de los públicos receptores, estimulando una mayor competencia digital de sus talentos, al tiempo de fortalecer los mecanismos que se han activado en el proceso de automatización de la producción comunicacional.

- **Algunas funciones o herramientas de la IA para la comunicación**

La vinculación entre IA y sistemas o dispositivos comunicacionales ha recibido apoyo desde diversos frentes, entre ellos los modelos de negocios, los sistemas de educación en línea y, las iniciativas en marketing y recreación digital. Se trata de una tendencia generalizada que abrevia en la tecnologización o automatización de muchos de los procesos realizados hasta ahora, de manera presencial o a través de comunicación directa entre las personas. Los elementos para una dinámica interactiva a través de la IA, forma parte de los principales atributos que se desarrollaron en los diferentes proyectos o sistemas propuestos hasta ahora.

Entre las herramientas que se utilizan con mayor frecuencia en el campo de la inteligencia artificial y la comunicación se encuentran los chatbots. Su implementación, bajo la figura de asistentes virtuales, ha facilitado la interacción entre las organizaciones y sus usuarios o clientes. “Un chatbot es un programa web que simula de manera convincente, como lo haría un humano, un comportamiento en un entorno conversacional, procesando texto en lenguaje natural e interactuando para generar respuestas inteligentes y relativas” (Sánchez et al., 2020, p.683).

Los mismos autores (Sánchez et al., 2020) consideran la existencia de chatbots relativamente simples, que pueden simular una conversación con las personas, bien sea a través de la interacción oral y escrita. Así mismo, señalan que se pueden encontrar, los más avanzados, que son capaces de mantener cierto nivel de fluidez conversacional, mediante robots físicos u hologramas, como parte de la atención a clientes o, la retroalimentación que se programa en ciertos cursos de formación en línea.

Estas herramientas están referidas a programas de computadora que utilizan la IA para interactuar con los usuarios y realizar tareas específicas. Entre las funciones comunicacionales que son capaces de desarrollar los asistentes virtuales se encuentran responder preguntas, programar reuniones, enviar correos electrónicos y otras tareas propias de la comunicación (Ramires y Valle, 2022).

Respecto a este tema, Ramires y Valle (2022) resaltan la importancia de los asistentes virtuales dentro de la tipología de los chatbots, puesto que son utilizados en procedimientos de atención al cliente en grandes corporaciones. Según estos mismos autores, “Un asistente virtual puede ser un agente conversacional desarrollado con inteligencia artificial, particularmente con procesamiento de lenguaje natural que interactúa con los usuarios respondiendo sus consultas/preguntas”, corroborando así, la relación que existe entre esta herramienta, su aplicación y las funciones que puede desempeñar en el desarrollo de la comunicación desde la IA.

Con todo, la aparición de los asistentes virtuales ha impactado significativamente en el contexto de las nuevas formas de comunicarse, las empresas, las organizaciones y las personas que interactúan con ellas y entre ellas. Es preciso, que haya una mejor disposición de recursos y talentos para potenciar las capacidades de la IA, en este sector, más aún, en la eficiencia para responder de manera más espontánea y rápida a los requerimientos que pueden tener las personas cuando interactúan con estos dispositivos o tecnologías.

Finalmente, en este punto conviene mencionar la importancia que han adquirido las aplicaciones de la IA en el contexto de los medios de comunicación, transformando radicalmente el rol y la profesión de los periodistas y otros trabajadores del sector. Es importante, por ejemplo, tener en cuenta que la automatización de los procesos en la recepción, procesamiento y difusión de noticias, puede presentar carencias dadas las limitaciones que tiene la IA en lo que respecta

a la comprensión de la conducta humana, desvirtuando, en algunos casos el significado de los acontecimientos y sus actores (Calvo y Ufarte, 2020).

### Resultados en cuanto la identificación y hermeneusis de algunos documentos y autores seleccionados

En su relación con la comunicación, la IA presenta aún más complejidades e ideas en debate pues, este ha sido uno de los campos en que mayormente se han concentrado sus avances desde la época en que Turing presento sus primeros razonamientos e invenciones. La sociedad actual está sometida a las turbulencias de una era de difícil entendimiento para quienes no estén aptos digitalmente. La información, los mensajes en línea, las redes sociales, todo está alineado en el mismo idioma de la IA.

Sin embargo, a pesar del progreso y omnipresencia de las aplicaciones tecnológicas en la vida diaria de las personas, las máquinas siguen careciendo de algunas facultades humanas que son fundamentales a la hora interactuar unos con otros. No hay ninguna aplicación que haya logrado ser sensible como pueden ser las personas frente a los demás, no parece cerca ese dispositivo digital que transmita la ternura y el afecto que pueden transmitir los seres humanos cuando se encuentran en su proceso de socialización.

Hay un impacto importante de la IA en los procesos comunicacionales, eso no deja lugar a dudas pero, ¿hasta dónde llega ese impacto?, en qué áreas o ámbitos creen los autores que es mayor el uso de la IA para la comunicación? y, ¿qué perspectivas avizoran los estudiosos de estos temas, en cuanto al perfeccionamiento de los chatbots, asistentes virtuales y demás dispositivos digitales cuya función principal es la comunicación? Alrededor de esas interrogantes se presentan algunas matrices hermenéuticas que condensan el discurso de los autores revisados y su interpretación. En principio, la tabla 1 presenta la matriz que recoge parte del impacto de la IA en la comunicación, según algunos autores.

**Tabla 4.**

Matriz de la categoría: Impacto de la IA en la comunicación

Autores referenciados	Algunas ideas originales	Hermenéutica discursiva
Vállez y Codina (2018)	Desde el punto de vista comunicacional la tecnología ha transformado el ejercicio profesional de los comunicadores	Estos autores destacan nuevos enunciados discursivos como periodismo computacional y periodismo de datos
Linden (2017)	El progreso de la tecnología aplicada al trabajo comunicacional abre espacio para nuevos roles de los comunicadores	La automatización comunicacional es el axioma principal para este autor cuando se interroga sobre la relación entre IA y comunicación
Hohenstein et al. (2023)	Entre los impactos que observan estos autores al analizar la relación entre IA y comunicación, se encuentra el uso de dispositivos de respuestas algorítmicas que aumentan la velocidad de las interacciones aunque alertan sobre la	Describen la utilidad de enunciados como "respuestas inteligentes", inteligencia artificial generativa e impacto en el "lenguaje social"

	negatividad de ampliar o intensificar sus usos	
Hancock et al. (2020)	Los autores se detienen en los elementos de la comunicación mediada por IA, destacando su carácter interpersonal y sus implicaciones psicosociales	Enarbolan conceptos novedosos como la comunicación mediada por inteligencia artificial (AI-MC) y la comunicación mediada por computadora (CMC)
Lucas (2019)	El proceso relacional entre IA y comunicación debe verse como una revolución inacabada que transformará por completo las relaciones humanas y, por ende, las relaciones entre las personas y la tecnología	Gestión comunicacional artificial e inteligencia predictiva son dos de los enunciados discursivos sobre los que trabaja este autor, para quien uno de los cambios más importantes que se produce como resultado de la aplicación de la IA en los procesos comunicacionales son los giros del lenguaje

La presentación estas referencias al trasluz del objetivo general del artículo, corrobora los impactos de la IA en la comunicación. Los autores, independientemente de su foco de atención, alertan sobre la “emergencia” de una nueva nomenclatura relacional entre las personas y las maquinas, ante lo cual recomiendan precaución. Es el caso, que así como se pueden mostrar progresos significativos para la socialización humana a partir de la IA, también es posible una deshumanización de las relaciones mediadas por la IA.

**Tabla 5.**

Matriz de la categoría: áreas de mayor impacto de la IA en relación con la comunicación

Autores referenciados	Algunas ideas originales	Hermenéutica discursiva
Guerrero y Ballester (2023)	La comunicación es el área que mayor impacto recibe de la expansión de la IA y sus aplicaciones	Entre las irrupciones de enunciados se encuentran Stability.ai; Runway; Harmonai y ChatGPT. Todas ellas están vinculadas directamente al tema comunicacional
Sossa y Peña (2019)	La IA es vista por estos autores como el punto culminante de la IV Revolución Industrial y sus impactos se sienten en muchos ámbitos, muy especialmente en la digitalización del trabajo y el manejo exponencial de datos	Loa autores disertan sobre las Revoluciones Industriales como creadores de los cambios sociales más importantes en la sociedad contemporánea. Su enunciado principal es “Ciencia de Datos” que para ellos deriva en “internet de las cosas”, “nanotecnología” “biotecnología” y, “robótica”
Akay y Gacar (2020)	Los autores realizan un estudio bibliométrico para determinar la influencia que está recibiendo la micro y macroeconomía de los avances de la IA en el contexto comunicacional	En esta área, surgen nuevos enunciados relativos a la relación entre IA y economía, entre los cuales se pueden mencionar: aprendizaje automático, economía del comportamiento y economía experimental

Barredo et al. (2021)	El enfoque de estos autores está orientado al análisis del impacto de la IA en la comunicación política, en la creación y difusión del discurso a través de nuevos enunciados y rutas del discurso	Hay una nueva estructura discursiva asociado al contexto político que demanda la atención de estos autores y les lleva a proponer una red conceptual interesante que incluye referencia a la comunicación política algorítmica. Esta a su vez, refiere a otras construcciones discursivas como: microsegmentación o la difusión automatizada de contenidos, participación ciudadana en la ciberesfera, la integridad mediática, entre otros
Pardiñas (2019)	Esta autora se detiene en los impactos que la IA tiene para los diferentes ámbitos en los que las personas interactúan socialmente, bien sea en el trabajo, las relaciones personales, la recreación y, la religiosidad	Los enunciados relacionados con la IA y la comunicación que son enarbolados por esta autora se encuentran en el terreno de las relaciones sociales, como la ética, la desigualdad social, la privacidad entre otros

Al revisar las áreas que han sido tocadas por la IA en su vinculación con la comunicación, se evidencia su pluralidad o diversidad. Uno de los rasgos distintivos de la expansión de la tecnología en su presencia en los procesos de socialización humana a partir de las diferentes aplicaciones que se son propias. Al respecto se han encontrado autores que prefieren insistir en el carácter comunicacional de la IA, como lo más importante, mientras otros arrojan luces acerca de la necesidad de evaluar otras áreas como las relaciones personales, el peligro sobre la privacidad o, la importancia que adquiere el manejo de datos.

**Tabla 6.**

Matriz de la categoría: Perspectivas de la IA en relación con la comunicación

Autores referenciados	Algunas ideas originales	Hermenéutica discursiva
Sánchez (2022)	Para este autor, entre las perspectivas de la IA en el contexto comunicacional, está la tendencia a convertir a los usuarios en el pivote central de la transformación tecnológica que impulsa los cambios. A partir de la figura de los usuarios como colectivo, que se potenciaría la IA en su cercanía con los procesos comunicacionales.	Audiencia digital, medios y transformación y, compromisos de la audiencia, son los enunciados discursivos destacables en estos planteamientos futurísticos de Sánchez.
Porcelli (2021)	Para esta autora, entre las perspectivas de la IA se encuentra una especie de fusión entre los diferentes mundos que vive el ser humano, esto es, el físico, el digital y, el biológico. Se trata de una	La fusión de los mundos de la que habla la autora, también supone una mixtura del lenguaje a adoptar, destacando una terminología que incluye:

	nueva realidad para cuya comprensión será indispensable apoyarse en la red, los contenidos digitales y, la IA	inteligencia artificial, robótica, chatbots, ChatGPT, entre otros
Recuenco y Reyes (2020)	La visión de estos autores tiende a ser igualmente apocalíptica. La importancia que le atribuyen a las aplicaciones de la IA los llevan a afirmar que su impacto trasciende lo meramente comunicacional y se convertirá en algo tan presente e indispensable para las personas, como pueden ser hoy día, los computadores o los sistemas de transporte	Sistemas inteligente, mente-máquina y entornos inteligentes, son parte de la nomenclatura propuesta por estos autores para poder comprender el mundo que se abre como posibilidad ante el uso de la IA
Mancina et al (2019)	Los autores examinan de forma crítica los numerosos cambios que se han producido socialmente con la evolución de las Tics y su penetración en las diferentes dinámicas vitales. Las perspectivas de la IA en este caso, no se pueden proyectar separadas del mundo de la globalización tecnológica y sus diferentes criaturas	La transformación digital que plantean estos autores repercute en un rediseño del universo simbólico discursivo desde el que se aborda, interpreta y vive el mundo actual. Algunos de los enunciados propuestos en este documento son: interactividad, multimedialidad, hipermediación y ecosistema caleidoscópico.
Ortiz y Lema (2019)	La palabra clave desde la que estos autores abordan las perspectivas de la IA y la comunicación es la "convergencia". El mundo actual es un mundo en el que convergen una serie de tendencias cuyo centro es el uso intensivo y extensivo de las Tics y, ya no existe forma de oponerse a tal desarrollo, sin riesgo de quedarse en el atraso o aislamiento social.	En esta narrativa o corriente discursiva, es lógico el manejo de una terminología específica que incluye conceptos como: entornos y confluencia digital, fusión interactiva, cultura multimedia y multidifusión

El tema de las perspectivas tiende a ser algo más sensible a la formación e intereses de los autores que las proponen y cuyos argumentos se han registrado en la Tabla 6. Está claro que hay una intencionalidad de continuar desarrollando las potencialidades de la IA en cuanto a servir de soporte de los procesos comunicacionales en una sociedad global, cada día más interconectada y dependiente digitalmente. En ese orden de ideas, la mayoría de los autores consideran necesario atender esta temática y potenciarla.

A la par de las comunicaciones, las perspectivas actuales de la IA, apuntan al tema de los negocios, la política y los sistemas de gobierno. Por una parte es previsible que el campo del marketing continúe en los planes de los desarrolladores de aplicaciones inteligentes para las comunicaciones y, así mismo, los poderes públicos intentaran aprovechar la naturaleza de los

dispositivos de IA para sus intereses. Tanto la democracia como la administración del poder político pueden tener un fuerte aliado en la expansión de la IA. Tanto como lo ha venido siendo, el progreso en los sistemas comunicacionales hasta el momento.

## Conclusiones

El objetivo de este artículo ha sido la interpretación de la relación entre la IA y la comunicación y, en ese contexto se ha podido evidenciar una vinculación compleja que aún está en pleno evolutivo, según las diferentes perspectivas encontradas en la literatura especializada. Los chatbots, los asistentes virtuales y, más recientemente, ChatGPT son sólo un ejemplo de esa realidad que surge de la inteligencia artificial, tanto por las necesidades de la gran industria de las telecomunicaciones como de la sociedad, ya que la tecnología permea todos los sectores.

Hay detractores, por supuesto de esta situación, básicamente quienes se enfocan en ámbitos relacionados con los enfoques sociológicos y humanistas de la sociedad, pero, de a poco, se han ido generando procesos que llegan a convencer, aún a los más escépticos, respecto a las ventajas que ofrecen las distintas aplicaciones de la IA, en el campo de la comunicación.

Siguiendo en ese ámbito de la relación entre IA y comunicación, se ha develado el rol que desempeña cada vez con mayor frecuencia, la IA en el campo de las producciones periodísticas y los grandes medios. El manejo de las audiencias y la atención de las mismas, de manera casi atemporal y omnipresente, son tareas o metas para quienes se han propuesto impulsar contextos de digitalización a la altura de las demandas y las competencias digitales que han desarrollado las personas. La educación, la medicina, los sistemas de transporte, la recreación y, por supuesto las telecomunicaciones, se encuentran entre las áreas, en las cuales existen las mejores perspectivas para profundizar la confluencia sociodigital entre IA y comunicación.

Ahora bien, en este punto es importante destacar que esta investigación estuvo limitada en su desarrollo por lo novedoso y polémico de la temática. En la búsqueda e interpretación de la literatura especializada, se ubicaron perspectivas negativas y positivas, así como contradictorias entre sí, lo que hace complicado encontrar tendencias consolidadas en torno a la idoneidad de apoyarse completamente en la IA, cuando de los procesos comunicacionales se trata.

La diversidad de tendencias que dificultó el análisis, también es una limitación a la hora de proyectar el desarrollo e impacto de la IA en la comunicación. Metodológicamente, es complejo el estudio de este fenómeno, porque se trata de un tema que involucra a muchos actores, La estrategia hermenéutica, se muestra conveniente, pero tiene la limitación de circunscribirse a manifestaciones específicas de la IA, como puede ser su rol en el campo de los medios de comunicación.

De cualquier manera, la utilidad de esta investigación, está en su carácter transdisciplinario, en su intención de humanizar un tema que ha sido profundizado, básicamente desde el campo de la informática. La idea es analizar las formas en que la IA ha impactado y lo sigue haciendo, en un contexto eminentemente social. En un contexto en el que la tecnología está en el seno de las familias de una forma casi omnipresente, es preciso seguir reflexionando acerca de los desafíos y retos que esto implica, en cuanto al desarrollo socio humanístico de sus miembros.

## Declaración de Conflictos de Interés

No declaran conflictos de interés.

## Contribución de autores

Autor	Concepto	Curación de datos	Análisis/ Software	Investigación/ Metodología	Proyecto/ recursos/ Fondos	Supervision/ Validación	Escritura inicial	Redacción: revisión y edición final
JJHO	X	X	X	X	X	X	X	X
JMPA	X	X	X	X	X	X	X	X
MVHV	X		X	X			X	X
DXMM	X		X	X			X	X

## Financiamiento

Sin financiamiento.

## Referencias

- Hancock, J., Naaman, M., & Levy, K. (2020). AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication*(25), 89-100. <https://academic.oup.com/jcmc/article/25/1/89/5714020#>
- Sanahuja, R., & López, P. (2021). Ámbitos de aplicación periodística de la inteligencia artificial. Mapa conceptual, funciones profesionales y tendencias en desarrollo en el contexto de la pandemia global de la Covid-19. *Razón y Palabra*, 25(112), 432-449. <https://doi.org/https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1827>
- Akay, E., & Gacay, B. (2020). Machine learning and economics: bibliometric analysis. *PressAcademia Procedia*, 12(104), 1-7. <https://doi.org/http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2020.1367>
- Alonso, A., & Carbó, J. (2022). Inteligencia Artificial y Finanzas: Una alianza estratégica. *Documentos Ocasionales*(2222), 1-19. <https://www.bde.es/ffweb/bde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSerias/D ocumentosOcasionales/22/Fich/do2222.pdf>
- Avendaño, W., Mogrovejo, J., & González, J. (2021). Percepciones de los jóvenes universitarios sobre su inteligencia. *ESPACIOS*, 41(39), 198-211. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n39/a20v41n39p15.pdf>
- Barredo, D., De la Garza, D., Torres, A., & López, P. (2021). Inteligencia artificial, comunicación y democracia en América Latina: Una revisión de los casos de Colombia, Ecuador y México. *Profesional de la Información*, 30(6), 1-17. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.16>
- Barrera, L. (2012). Fundamentos históricos y filosóficos de la Inteligencia Artificial. *UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura*, 1(1), 87-92. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752338014>
- Cabanelas, J. (2019). Inteligencia artificial ¿Dr. Jekyll o Mr. Hyde? *Mercados y Negocios*(40), 4-16. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860888002>
- Cabas, K., González, Y., & Hoyos, P. (2017). Teorías de la inteligencia y su aplicación en las organizaciones en el siglo XXI: una revisión. *Revista Clío América*, 11(22), 254-270. <https://doi.org/http://10.0.84.172/23897848.2445>



- Calvo, L., & Ufarte, M. (2020). Percepción de docentes universitarios, estudiantes, responsables de innovación y periodistas sobre el uso de inteligencia artificial en periodismo. *El profesional de la información*, 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.09>
- Caparrini, F. (22 de Septiembre de 2021). *Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial*. Universidad de Sevilla. Breve Historia de la Inteligencia Artificial: <http://www.cs.us.es/~fsancho/?e=221>
- Clúa de Yarza, P. (2020). El futuro del empleo: los desafíos de la automatización, la inteligencia artificial y la robótica. *Comillas*, 1-43. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/37122/TFG%20-%20Clua%20de%20Yarza%2C%20Paloma..pdf?sequence=1>
- Coca, Y., & Livina, M. (2021). *Desarrollo y Retos de la Inteligencia Artificial*. La Habana: Editorial Educación Cubana. [https://es.unesco.org/sites/default/files/l1\\_desarrollo\\_y\\_retos\\_de\\_la\\_ia.pdf](https://es.unesco.org/sites/default/files/l1_desarrollo_y_retos_de_la_ia.pdf)
- Cook, C., García, E., Gyulnazaryan, H., Melano, J., Parusinski, J., & Sabadan, A. (2021). *Usos de Inteligencia Artificial y Machine Learning en medios de mercados emergentes*. IMS Defending Journalism book series. [https://recursos.elclip.org/clipoteca/reportes/AI\\_%26\\_ML\\_in\\_Emerging\\_Markets.pdf](https://recursos.elclip.org/clipoteca/reportes/AI_%26_ML_in_Emerging_Markets.pdf)
- Gómez, D. (2021). El impacto de la inteligencia artificial sobre el ser humano y sobre su seguridad. *IEGAP*, 1(1), 1-11. <https://www.umng.edu.co/documents/20127/0/EL+IMPACTO+DE+LA+INTELIGENCIA+ARTIFICIAL.pdf/8007b6ca-5b02-b7f1-4a64-4a27ac3a9060?t=1639080191820>
- Guerrero, F., & Ballester, C. (2023). El impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la disciplina de la comunicación. *HTXT. Revista Académica sobre documentación digital y comunicación interactiva*(26), 1-3. <https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/download/416518/511209>
- Gutérrez, A. (2019). Desarrollo cognitivo y adquisición de la primera lengua. *Tesis de Maestría en Filosofía y Cultura Moderna por la Universidad de Sevilla*. Sevilla, España. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/131463/TFM\\_GUTI%C3%89RREZ%20MU%C3%91OZ%20DE%20LA%20TORRE%2C%20ANA-DM\\_JUN2019\\_18-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/131463/TFM_GUTI%C3%89RREZ%20MU%C3%91OZ%20DE%20LA%20TORRE%2C%20ANA-DM_JUN2019_18-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hohenstein, J., Kizilcec, R., DiFranzo, D., Aghajari, Z., & Mieczkowski, H. (2023). Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships. *Scientific Reports*, 13(5487), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1038/s41598-023-30938-9>
- Linden, C. (2017). Decades of automation in the newsroom. *Digital Journalism*, 5(2), 123-140. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1160791>
- López, B. (2007). Introducción a la inteligencia artificial. *Reforma Sur*(1), 1-3. <http://www.itnuevolaredo.edu.mx/takeyas/Articulos/Inteligencia%20Artificial/ARTICULO%20Introduccion%20a%20la%20Inteligencia%20Artificial.pdf>
- Lucas, M. (2019). Inteligencia artificial y comunicación: un desafío más allá de la tecnología. *UNO*(33), 25-30. <https://www.revista-uno.com/33-revista-uno-tecnologias-exponenciales/>

- Martínez, A., & Medina, R. (2020). Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura. *Pro Sciences*, 4(30), 36-47. <https://doi.org/https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss30.2020pp36-47>
- Orozco, C. (2019). *Inteligencias múltiples en la Educación del siglo XXI*. Pereira, Colombia: Universidad Tecnológica de Pereira. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/341c3c57-f7c3-402b-8931-d01f702fa544/content>
- Ortiz, M., & Lema, Y. (2019). Medios públicos y de servicio en la red. Perspectiva hispanoecuatoriana del servicio público de comunicación en la convergencia digital. En L. Romero, & D. Rivera, *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas* (págs. 235-260). Pearson. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/739219.pdf>
- Pardiñas, S. (junio de 2019). *Inteligencia Artificial: un estudio de su impacto en la sociedad. Trabajo de titulación por la Universidad de la Coruña*. La Coruña, España. [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/28479/PardiniasRemeseiro\\_Sofia\\_TFG\\_2020.pdf?sequence](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/28479/PardiniasRemeseiro_Sofia_TFG_2020.pdf?sequence)
- Piaget, J. (2006). Pláticas sobre la teoría de la inteligencia. *Revista de Investigación Educativa*(2), 1-15. [https://blogs.ead.unlp.edu.ar/psicologiagenetica/files/2014/08/piaget\\_platicas.pdf](https://blogs.ead.unlp.edu.ar/psicologiagenetica/files/2014/08/piaget_platicas.pdf)
- Pineda, M. (2017). Inteligencia Artificial y Modelos de Comunicación. *RAZÓN Y PALABRA*, 21(4\_99), 332-346. <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp>
- Porcelli, A. (2021). La inteligencia artificial y la robótica: sus dilemas sociales, éticos y jurídicos. *Derecho Global. Estudios sobre Derecho y Justicia*, *V*(16), 49-105. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/dgedj.v6i16.286>
- Ramires, P., & Valle, D. (2022). Asistentes virtuales basados en Inteligencia Artificial. *ReCIBE*, 11(2). <http://recibe.cucei.udg.mx/index.php/ReCIBE/article/view/251/186>
- Ramos, R. (2020). Perspectivas y retos de las técnicas de inteligencia artificial en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(1), 21-34. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/7774>
- Recuenco, A., & Reyes, W. (2020). Inteligencia artificial: Camino a un nuevo esquema del mundo. *SCIÉND*O, 23(4), 299-308. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17268/sciendo.2020.036>
- Reyes, L. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Revista de la Universidad Simón Bolívar*, 1-5. <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20comprensi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, E., Colomo, E., Ruiz, J., & Sánchez, J. (2020). *Tecnologías educativas y estrategias didácticas*. UMA Editorial. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/20345>
- Sánchez, H. (2022). Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores. *ÁMBITOS*(56), 9-21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i56.01>

- Serrahima, A. (Marzo de 2022). Avances y Desafíos de la Inteligencia Artificial. *Tesis de Maestría en Ingeniería por la Universidad Pontificia COMILLAS*. Madrid, España. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/57178/Avances%20y%20desafios%20de%20la%20inteligencia%20artificial%20-%20Serrahima%20de%20Bedoya%2C%20Alvaro.pdf?sequence=2>
- Sossa, J., & Peña, A. (Septiembre de 2019). Estado del Arte en Inteligencia Artificial y Ciencia de datos. Queretaro, México. [https://www.ipn.mx/assets/files/coriyp/docs/inicio/red-ia-cd/ESTADO\\_DEL\\_ARTE\\_IAyCD.pdf](https://www.ipn.mx/assets/files/coriyp/docs/inicio/red-ia-cd/ESTADO_DEL_ARTE_IAyCD.pdf)
- Valdiviezo, C., & Bonini, T. (2019). Automatización inteligente en la gestión de la comunicación. *Doxa.comunicación*(29), 169-196. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25464w/Automatizacion%20inteligente.pdf>
- Vállez, M., & Codina, L. (2018). Periodismo computacional: Evolución, casos y herramientas. *El profesional de la información*, 27(4), 759-768. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.051>