

CAPÍTULO 7

Inteligencia artificial en la comunicación

*María Augusta Salazar Gaibor*¹

msalazargaibor@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-0946-2164>

“La inteligencia artificial es una herramienta poderosa, pero solo será tan buena como la sabiduría de aquellos que la controlan”.

—*Elon Musk*

“Las entrevistas son como el amor: se necesitan por lo menos dos personas para hacerlas, y solo salen bien si esas dos personas quieren”.

—*Gabriel García Márquez*



1 Licenciada en Comunicación por la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito; productora del Proyecto de Narrativas Sonoras: Inteligencia artificial en la comunicación. Asistente de investigación del grupo.

Epítome

La inteligencia artificial (IA) ocupa y ocupará un lugar en la vida de cada ser humano, incluso de aquellos que no tienen acceso a la misma en este momento. La comunicación y la IA se vinculan, desde mucho antes de la cuarta revolución industrial, por ello un grupo de expertos en este campo de la informática comentan sus estudios e investigaciones en el programa “Entre expertos”, que consta de una serie de 11 episodios realizados por estudiantes, quienes realizaron un proceso para que este proyecto marche. Como en todo trabajo en equipo existen experiencias, limitaciones y aportes, que se presentan en la preproducción, producción y postproducción de este tema que se ha convertido mediático y de opinión pública.

Inspiraciones para la actualidad

La inteligencia artificial es un tema relevante y su impacto en la comunicación es visible. Entender cómo la IA está influyendo en la comunicación es esencial en un mundo cada vez más digitalizado y automatizado. La evolución de la IA teme a los profesionales en distintas partes del mundo y áreas de conocimiento, porque está reemplazando varias áreas de trabajo.

La IA se utiliza en diversas áreas de la comunicación, como chatbots para atención al cliente, análisis de datos de redes sociales, generación de contenido automatizado y personalización de experiencias de usuario. Explorar estas aplicaciones a través de entrevistas a expertos ha proporcionado una visión completa, dando a conocer tecnicismos, diferentes enfoques, desafíos, oportunidades, información actualizada, últimas tendencias y su impacto en la comunicación.

Por lo mencionado antes, cuando se hacen entrevistas en grupo, se obtienen diversas perspectivas y opiniones sobre un tema determinado. Esto enriquece el contenido del trabajo al presentar una variedad de puntos de vista.

En resumen, la realización de entrevistas a expertos sobre el uso de la inteligencia artificial en la comunicación se justifica por la relevancia del tema, la necesidad de comprender su impacto en la sociedad y la posibilidad de proporcionar información valiosa y actualizada a una audiencia amplia. Estas entrevistas pueden ayudar a aclarar conceptos, explorar aplicaciones prácticas y abordar desafíos éticos relacionados con la IA en la comunicación.

Recorridos por la inteligencia artificial (IA)

¿Puede pensar una máquina? Fue la pregunta que se hizo el matemático Alan Turing en 1947 y que en 1950, que desencadenó un gran debate referente a la IA y su artículo *Computing Machinery and Intelligence* y el consiguiente Test de Turing, ambos aportes sentaron las bases de la inteligencia artificial, su visión y sus objetivos.

En torno a estos dos conceptos hay varias definiciones: el informático John McCarthy, encargado de introducir el término inteligencia artificial y que recibió el Premio Turing en 1971 por sus importantes contribuciones motivadas en este capítulo, dice que “La inteligencia artificial es la ciencia y la ingeniería de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de cómputo inteligentes”. También se refiere a la capacidad de una máquina para imitar la inteligencia humana” (2007, p. 2). El científico estadounidense Marvin Lee Minsky, expone que es: “La ciencia de hacer que las máquinas hagan cosas que requerirían inteligencia si fueran hechas por hombres” (Sampedro, 2016)

Por otra parte, el economista, politólogo y teórico de las ciencias sociales Herbert A. Simon creía que la IA se trataba de desarrollar sistemas que pudieran imitar la toma de decisiones y los procesos cognitivos humanos, con un énfasis en la eficiencia y la simulación de la racionalidad limitada de las personas. Su trabajo influyó en gran medida en la concepción de la IA como un campo que busca emular la inteligencia humana en tareas específicas (Ardila, 2001).

El CEO de Tesla Motors, Elon Musk, señala que:

La IA seguirá avanzando a pasos agigantados en los próximos 20 años, es la humanidad quien debe aprender a decidir hacia qué dirección orientar su desarrollo, pues a pesar de que parezca inofensiva, también puede manipularse y emplearse de forma malintencionada. (Pedraza, 2023, p. 47)

En 2022 las palabras del año según la RAE fueron inteligencia artificial, que se define como: “Disciplina científica que se ocupa de crear programas informáticos que ejecutan operaciones comparables a las que realiza la mente humana, como el aprendizaje o el razonamiento lógico” (Real Academia Española, 2022)

Hace 10 años, casi ninguna máquina reconocía fiablemente el habla o las imágenes. Hoy, las máquinas han aprendido a superar a los humanos

en muchas tareas. En los últimos meses hemos asistido a avances en las capacidades de la IA que han impresionado incluso a los escépticos. Una «década dorada», como la llamó un investigador. En 2023 y más allá, veremos más sistemas de este tipo (especialmente sistemas de IA generativa como ChatGPT) complementándonos o sustituyéndonos a los creadores humanos en muchas áreas. (Daffner, 2023)

Comunicación: entrevistas e IA

Previo a adentrarnos en la definición de entrevista, haremos un repaso conciso de las definiciones ofrecidas por otros autores: La entrevista según Spradley en 1979 en su libro *The Ethnographic Interview*, describe a la entrevista como: “Una conversación dirigida hacia el descubrimiento de significados culturales compartidos por las personas, a través de preguntas cuidadosamente planificadas y desarrolladas”.

Brinkmann y Kvale en 1996 en su libro *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*, definen la entrevista como: “Un diálogo planificado y específico entre un investigador (entrevistador) y un participante (entrevistado) con el propósito de obtener información sobre un tema o tema de interés para el investigador”.

Varios años más tarde Benadiba y Plotinsky (2001, p. 23, citado por Dalle *et al.*, 2005) señalan que:

La entrevista es una conversación sistematizada que tiene por objeto obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida guardadas en la memoria de la gente. Es una situación en la que, por medio del lenguaje, el entrevistado cuenta sus historias y el entrevistador pregunta acerca de sucesos, situaciones. (p. 48)

La entrevista recoge las definiciones mencionadas en el párrafo anterior es la forma de comunicación interpersonal que involucra a dos o más personas, requisito indispensable para el éxito de la entrevista y para comprender el tema en discusión. El contenido de la entrevista puede proporcionar información valiosa y entretenimiento a la audiencia.

El propósito principal de una entrevista suele ser obtener información relevante y precisa sobre un tema o un individuo. Esto puede incluir datos biográficos, opiniones, conocimientos expertos o detalles sobre eventos.

La entrevista desempeña un rol crucial en la comunicación al permitir la obtención de información, la generación de contenido, la expresión de

opiniones y puntos de vista, la construcción de relaciones y la interacción interpersonal. Su naturaleza estructurada y centrada en el diálogo la convierte en una herramienta valiosa en una variedad de contextos, desde el periodismo hasta la investigación y la selección de personal.

El proyecto y el proceso

Un pequeño grupo de estudiantes del grupo 602 del periodo 62 de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito, empezó a hablar del tema “Inteligencia artificial en la comunicación” propuesto por el docente Armando Grijalva, quien está a cargo de la materia “Narrativas sonoras”.

Este proyecto tiene como destinatarios a comunicadoras, comunicadores, periodistas, docentes, técnicos y estudiantes de comunicación, de 17 a 55 años, que hablan español; de nacionalidad ecuatoriana; de formación superior; de estrato económico medio y alto. Fue importante definir los destinatarios conocer a los destinatarios para crear contenido relevante, atractivo y significativo que satisfaga las necesidades y deseos de la audiencia. Esto a su vez contribuye al éxito y la efectividad del programa.

El objetivo general del mismo fue conocer sobre los beneficios de la inteligencia artificial aplicada al área de comunicación, para cumplir con el mismo se propuso el formato entrevista semiestructurada. Este proyecto también consta de cuatro objetivos académicos los cuales reafirman la misión y visión de la Carrera de Comunicación de la UPS. Aprender a elaborar un proyecto de investigación periodística, diseñar un proyecto para medios en convergencia, diseñar y elaborar piezas periodísticas: entrevistas, el último paso es evaluar y validar piezas periodísticas con parámetros profesionales.

Se han seguido varios pasos para lograr estos productos comunicacionales. A diferencia de lo que muchos creen las entrevistas tienen un proceso para obtener un buen producto, por esta razón primero se elabora la matriz del proyecto en la cual se debe evidenciar varios elementos como la necesidad por la cual se quiere crear el producto, los destinatarios, la cobertura, las referencias teóricas e históricas, los objetivos, formato, duración, periodicidad, talentos, tecnologías, materiales, logística, costos, financiamiento, además de su validación y evaluación.

La pesquisa de información de artículos académicos, científicos, libros, etc sobre la IA es un paso que nos ayudó a empaparnos del tema.

Seguido de esto se debe diseñar la serie de piezas periodísticas: para medios digitales y narrativas sonoras. Luego se identificaron expertos que trabajan con inteligencia artificial en Ecuador. Se asignó a cada estudiante un experto y se elaboró una línea de tiempo de la IA, desde su aparición hasta ahora.

Se elaboró un cuestionario con preguntas base para aplicar la entrevista semiestructurada que constó de siete preguntas:

Tabla 1

Cuestionario

| Cuestionario con preguntas base para las entrevistas | |
|---|--|
| No. | Pregunta |
| 1 | ¿Qué tecnologías han impactado más en los últimos dos siglos? |
| 2 | ¿Desde cuándo influye la inteligencia artificial en la comunicación? |
| 3 | ¿Qué cambios sustanciales se advierten en la comunicación con el uso de la inteligencia artificial? |
| 4 | ¿Qué tipos de interactividades se establecen entre las inteligencias artificiales y las comunicadoras/es? |
| 5 | ¿Cómo ayuda la inteligencia artificial a los periodistas en su rutina de investigación? |
| 6 | ¿Considera usted que la inteligencia artificial desplazará a los comunicadores/as de sus áreas de trabajo? |
| 7 | ¿Cómo será el mundo en un futuro cercano con la inteligencia artificial? |

Nota. Preguntas base que se realizaron en clase para aplicar las entrevistas de la serie

Elaboración: María Augusta Salazar Rubio

En la elaboración de este cuestionario tuve la dinámica de trabajo colectivo, es decir, se realizaron tres grupos de trabajo que expusieron las preguntas y luego seleccionamos las pertinentes. Tras el cuestionario se aplicaron las entrevistas a los expertos en IA. En esta etapa es cuando una, como estudiante, teme equivocarse, pero con emoción. La práctica periodística de una novata, de tratar con un profesional y con la sed de conocer las respuestas a las dudas planteadas, para que el entrevistador y la audiencia se informen sobre el tema propuesto, da “miedito”.

Los tres últimos pasos fueron editar el material, evaluar y validar productos por medio de los métodos INCRA y SCAPIE, métodos que se detallan a continuación.

Tabla 2*Métodos para evaluar y validar un producto comunicacional*

| | |
|-------------------|---|
| | Sentimientos que provoca el producto. |
| | Conocimientos que tenía el destinatario y conocimiento adquirido. |
| Validación | Actitud de recepción del mensaje; Aptitud para recibir el mensaje. |
| | Prácticas cotidianas relacionadas con el tema o problema. |
| | Interés social o relevancia del tema en el grupo destinatario. |
| | Esperanza que genera el producto. |
| | Inteligible: entendible, claro, útil. |
| | Novedoso: Que novedad(es) propone el producto. |
| Evaluación | Correcto: La corrección tiene al menos tres características fundamentales a observar: |
| | Lingüística: uso efectivo de los elementos del lenguaje sonoro. |
| | Técnica: consecuente uso de la tecnología; sin ruidos. |
| | Ético: que cumpla los parámetros deontológicos. |
| | Relevante: para el público destinatario. |
| | Atrayente: que genere Atención; Interés; Deseo y Acción. |

Nota. Validación por el método SCAPIE y la evaluación por el método INCRA.

Por último, el proceso de masterización se realiza típicamente por un ingeniero, utilizando equipos y software especializados. En este proceso se prepara y ajusta la grabación final para su distribución.

El objetivo principal de este paso es mejorar la calidad sonora del material y asegurarse de que suene coherente y profesional en una variedad de sistemas de reproducción (como altavoces, auriculares, etc.).

La masterización puede marcar una gran diferencia en la calidad y el impacto de una grabación, asegurando que suene lo mejor posible en una amplia variedad de sistemas de reproducción y que cumpla con los estándares de calidad necesarios para su lanzamiento.

La masterización implica una serie de pasos, que pueden incluir la equalización que se define como el ajuste de las frecuencias para lograr un

equilibrio tonal óptimo y eliminar problemas de sonido, como resonancias no deseadas. La compresión, es el control de la dinámica del audio, asegurándose de que las partes más suaves sean audibles y las partes más fuertes no estén distorsionadas. La limitación de los picos de volumen para que la grabación no se distorsione al reproducirla en dispositivos con diferentes niveles de volumen. La normalización que es el ajuste del nivel general de la grabación para que alcance los estándares de volumen adecuados para su plataforma de distribución (por ejemplo, CD, streaming, vinilo, etc.).

La secuenciación, es decir la organización de las canciones o pistas en el orden correcto para el álbum o la compilación. El espaciado entre pistas, establecimiento de pausas adecuadas entre las pistas para garantizar una experiencia de escucha fluida. Todo esto acompañado de la verificación de calidad, una escucha atenta y revisión minuciosa para garantizar que no haya problemas de sonido, como ruidos no deseados, clics, pops o problemas de fase.

Certezas e incertidumbres del trabajo en grupo

Este testimonio cuenta lo realizado en las cabinas de radio en la UPS Quito, por ello, este acápite va en primera persona.

Si de algo estoy segura es que el trabajo grupal es mucho más complicado que el individual, en especial cuando eres la persona a cargo del equipo. Antes de empezar con las experiencias, quiero mencionar que, como en todo grupo, siempre existe quien hace más y hace menos, personas que buscan esforzarse y dar lo mejor de sí para que el trabajo tenga éxito. Y en el otro lado, las personas que dan su mínimo esfuerzo o solo cumplen lo que les toca, como que en su vida académica faltara esa motivación, o simplemente se equivocaron de carrera y hacen lo que pueden.

Imagino que muchos profesionales recuerdan la realización de su primera entrevista, los nervios, el miedo de equivocarse, a pronunciar mal una palabra o un nombre. Puede recordar claramente ese sentimiento en los tres días que debíamos llevar a nuestros entrevistados a las cabinas de radio para proceder con la entrevista. Todos vestíamos con nuestros mejores outfits, peinados, maquillaje, con la cédula de la persona que íbamos a entrevistar, el guion de preguntas y muchos nervios.

En todo ámbito, palparemos limitaciones, por ejemplo, encontrar el contacto de un experto en IA es complicado, ya que pocos profesionales ecuatorianos se dedican a estudiarlo, además de conseguir su correo elec-

trónico o número telefónico de contacto. Por otro lado, poder coordinar un horario en el que se encuentren con espacio en su agenda, para realizar la entrevista de forma presencial, sino claro existirá la opción de hacerlo virtual por distintas plataformas como zoom, skype, teams, pero, no se obtendrá la misma calidad de audio que se puede conseguir en una cabina de radio.

Y ahora ¿Qué dirá el profe?

El trabajo grupal puede ser complicado, pero te enseña varios aspectos que pueden servirte en un futuro. Cada miembro del equipo aporta su experiencia y conocimiento, esta experiencia es valiosa para abordar desafíos específicos o tomar decisiones informadas.

La comunicación es fundamental en el trabajo en equipo, los integrantes que son buenos comunicadores pueden ayudar a garantizar que la información se comparta de manera clara y que todos estén al tanto de los avances y desafíos.

La responsabilidad individual es de suma importancia para el éxito del equipo, los miembros que cumplen con sus compromisos y plazos contribuyen a la eficiencia y la productividad del equipo.

El éxito de un equipo depende en gran medida de la contribución y la colaboración de sus miembros. Cada uno aporta sus habilidades, conocimientos y perspectivas únicas para avanzar hacia las metas comunes del equipo. La valoración y el reconocimiento de estos aportes individuales son esenciales para un trabajo en equipo efectivo.

Rutina contractiva

La rutina periodística de una entrevista implica una serie de pasos y procesos que los periodistas siguen para planificar, llevar a cabo y presentar una entrevista de manera efectiva. El primer paso es determinar el tema de la entrevista y seleccionar al entrevistado adecuado. Esto implica investigar y decidir quién puede proporcionar la información o la perspectiva requerida.

Antes de la entrevista, el periodista debe investigar a fondo tanto el tema como al entrevistado. Esto incluye la recopilación de información relevante, la revisión de fuentes disponibles, la preparación de preguntas y la comprensión de los antecedentes del entrevistado. El periodista debe planificar la estructura de la entrevista, incluyendo la duración, el formato (en persona, por teléfono, por videoconferencia, etc.) y el lugar. También se deben definir los objetivos y las preguntas clave que se plantearán, es decir se debe elaborar la matriz del proyecto y la cédula del entrevistado, para presentarlo.

Se elaboran una serie de preguntas basadas en la investigación previa y los objetivos de la entrevista. Estas preguntas deben ser claras, abiertas y relevantes para el tema. El periodista se pone en contacto con el entrevistado para coordinar la fecha, la hora y el lugar de la entrevista. Se explican los objetivos y se confirma la disposición del entrevistado para participar.

Durante la entrevista, el periodista debe establecer un ambiente de confianza y respeto. Se comienzan con preguntas generales y se avanza hacia preguntas más específicas. La escucha activa es fundamental para seguir la conversación y realizar preguntas de seguimiento.

Se realiza un registro preciso de la entrevista, que puede incluir grabaciones de audio o video, toma de notas y/o transcripciones. Esto asegura la precisión en la posterior redacción de la entrevista. Después de la entrevista, el periodista evalúa la información obtenida y verifica su veracidad y relevancia. Se pueden requerir investigaciones adicionales si surgen preguntas o dudas.

La entrevista se somete a un proceso de edición y revisión para asegurarse de que sea precisa, clara y coherente. Se corrigen errores gramaticales y se realizan ajustes si es necesario. Luego se presenta y difunde a través del medio de comunicación elegido, ya sea impreso, en línea, en radio o televisión. Se puede acompañar de imágenes, gráficos o material multimedia si es relevante.

Por último, los periodistas pueden recibir comentarios de la audiencia o de sus superiores sobre la entrevista. Esto ayuda a mejorar futuras entrevistas y a ajustar las prácticas periodísticas según sea necesario.

La rutina periodística de una entrevista es un proceso meticuloso que garantiza que la información sea precisa, relevante y comunicada de manera efectiva al público. Cada paso es esencial para mantener los estándares periodísticos y garantizar la integridad de la profesión periodística.

Si bien se vivió la experiencia de la investigación, para lograr una buena entrevista. También se vivieron experiencias personales, es decir se pudo vivir nerviosismo al empezar la entrevista ya que a pesar de que todo esté listo para la entrevista, puesto que se investigó al invitado y además conocemos el tema en el cual nos vamos a centrar. Pues los sentimientos siempre están a flor de piel.

Todos nuestros invitados fueron personas agradables, los mismos que además de llevar de la mano los temas preguntados, lo mismo que llevo con calma cada entrevista y se pudo conseguir el propósito de la entrevista.

Ahora bien, el modo en que se repartió el tiempo de grabación y la vida coteada fue muy importante, ya que además de manejar el tiempo para grabar y editar, se debe considerar la agenda del entrevistado, por lo que los

tiempos de que el programa salga al aire fueron cuando todo debía estar listo y para que todo salga bien.

Resultados

La serie “Entre expertos” que consta de once episodios, fue el examen del primer parcial de la materia “Narrativas sonoras” que los estudiantes del grupo 602 del periodo 62 de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de la Sede Quito, tuvieron que realizar el proceso antes mencionado para cumplir con las actividades propuestas en la planificación del examen.

Tabla 3

Contenidos de la serie “Entre expertos”

| N° | Título | Productor/a | Entrevistado |
|----|---|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | El Tikinauta y la IA | María Augusta Salazar Gaibor | José Alberto Rivera Costales |
| 2 | IA en el periodismo y entretenimiento | Juan Carlos Millingalle Yanchapanta | Christian Gustavo Zurita Ron |
| 3 | IA en la comunicación | Daniel David Moreno Llerena | Cristhian Santacruz González |
| 4 | Impacto de la IA en la comunicación | Nodman Yadira Pastás Terán | Hernán Antonio Yaguana Romero |
| 5 | Influencias de la IA | Diego Alexander Navas Cabezas | Ricardo Navas |
| 6 | Inteligencia artificial en la actualidad | Noelia Gabriela Caizapanta Cevallos | Álvaro Sebastián Gavilanes Morales |
| 7 | Interacción con la IA | Leisberth Andrés Prado Meza | Paúl Freire Vaca |
| 8 | Retos del periodismo | Dayana Nicole Valenzuela Arequipa | Andrés Hermann Acosta |
| 9 | Riesgos para la comunicación | María Elena Jiménez Taipe | Diego Apolo |
| 10 | Tiempo real, IA y comunicación | Rosa Paola Calvopiña Coyago | Pablo Escandón |
| 11 | Transformación de la comunicación con la IA | Miguel Alejandro Oña Santana | Marco Enrique Benalcázar Palacios |

Nota. Tabla de títulos, productores, entrevistados y duración de los productos de la serie.

Los siguientes resultados constan en una evaluación en la que se aplican el método de validación SCAPIE y el método de evaluación INCRA, mediados por el docente a cargo de la materia. Cabe recalcar que el ejemplo que se presenta a continuación es como se evaluaron y validaron todos los productos de esta serie. Además de un resumen de las entrevistas realizado por la autora de este capítulo.

Tabla 4

Validación y evaluación del producto titulado “El Tikinauta y la IA”

| | | |
|-------------------|---|--|
| Validación | Sentimientos que provoca el producto | MIEDO: Anticipación de una amenaza o peligro que produce ansiedad, incertidumbre, inseguridad. |
| | Conocimientos que tenía el destinatario y conocimiento adquirido | Se conoce sobre Tecnología y comunicación; se aprende la inserción de la IA en la comunicación |
| | Actitud de recepción del mensaje; Actitud para recibir el mensaje | Actitud crítica: Los estudiantes universitarios están aptos para recibir los mensajes emitidos. |
| | Prácticas cotidianas relacionadas con el tema o problema | Se usa la tecnología digital diariamente; la IA todavía no es accesible para todos. |
| | Interés social o relevancia del tema en el grupo destinatario | El tema ya se referencia en las universidades y en la web y genera atención. |
| | Esperanza que genera el producto | Elaboración de productos comunicacionales en menor tiempo y a bajo costo. |
| Evaluación | Inteligible | Se entienden todos los mensajes expuestos por los expertos. |
| | Novedoso | Espacios de discusión sobre el tema: gobernanza; acceso, economía... |
| | Correcto | Lingüística: uso efectivo de los elementos del lenguaje sonoro. Técnica: consecuente uso de la tecnología; sin ruidos. Ético: que cumpla los parámetros deontológicos. |
| | Relevante | El tema es actual. |
| | Atrayente | El diálogo es claro: con palabras sencillas y la estructura del relato es ordenada. |

Nota. Archivo de evaluación del profesor Edmundo Grijalva.

El Tikinauta y la IA

José Alberto Rivera Costales es Licenciado en Comunicación Social, Magíster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, y un Diploma Superior en Comunicación Pública de la Ciencia por la Universidad Central del Ecuador. Magíster en Marketing por la Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo, Doctor dentro del Programa de Doctorado en Comunicación e Información Contemporánea, Magíster Universitario en Comunicación y Marketing Político por la Universidad Internacional de la Rioja. Fundador y dueño de la empresa Tikinauta.

En esta entrevista realizada por medio de la aplicación Zoom, el experto mencionó que los avances más importantes en cuanto a tecnología se dieron en la Revolución industrial, siendo la imprenta uno de los inventos más importantes. Adjudica que existe un recorrido bastante largo de la inteligencia artificial, incluso antes de pensar en computadoras.

Con esta tecnología José menciona tener una visión esperanzadora de un aporte de esta herramienta hacia el trabajo periodístico y de comunicación. Cree que todo el proceso investigativo de producción de una información podría tener como un eje transversal a la inteligencia artificial. Como en todo el lado negativo de esta herramienta como él la llama, puede ser mal usada, por ejemplo, obtener información de esta inteligencia y no contrastarla.

IA en el periodismo y entretenimiento

El tema del momento es la inteligencia artificial, que existió desde las redes sociales las cuales aprendían mediante procesos, por ejemplo, la publicidad. Existen dos tipos de inteligencia artificial como la visual en el que se usan aplicaciones o páginas web para la creación de imágenes y modelos lenguajes como el ChatGPT.

El periodista ecuatoriano Christian Gustavo Zurita Ron define a la IA como una plataforma que contiene un conjunto de herramientas que las personas la usan para agilizar o vializar mejor el trabajo. En el futuro inmediato van a seguir apareciendo soluciones aplicadas en múltiples aristas descentralizadas, es decir; específicas para cada área, como por ejemplo más soluciones en video y audio, por otro lado, en un futuro a largo plazo va a existir una inteligencia artificial general, el cúmulo de todas las inteligencias artificiales en una sola herramienta, una solución en la cual vaya a tomar decisiones como un humano, autoeducarse.

IA en la comunicación

Cristhian Santacruz González es realizador audiovisual y considera que la inteligencia artificial influye en la comunicación desde cuando el ser humano aprendió a cultivar la tierra que viene con un proceso de cultura, hace 12 000 años atrás. La función principal de la inteligencia artificial, de la tecnociencia, de las nuevas tecnologías como tal, es acortar los tiempos.

Santacruz reflexiona que en la actual era los comunicadores y otras profesiones están desapareciendo debido al apareamiento de la IA. El ser humano tiene que adaptarse a la tecnología a la IA para que no lo supere del todo. Además, dice que el entretenimiento puede ser consolidado por la IA, detectando fallas o mejorando sus gráficas.

Impacto de la IA en la comunicación

Hernán Antonio Yaguana Romero es PhD. Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja e investiga la aplicación de nuevas tecnologías de la comunicación en la educación.

Para este autor la IA es un impacto increíble que todavía la mayoría de las personas aún no está consciente del poder que tiene. Pese a que la inteligencia artificial recién está en pañales, o sea, no es que ni siquiera florecido.

Esta herramienta puede ayudar a que gran parte del trabajo operativo de educadores o comunicadores lo puedan hacer y quedarse con ese tiempo que ya no suple la inteligencia artificial para hacer actividades muy importantes como educar a través de la comunicación para tener buenas relaciones humanas, para recobrar los valores que dan un significado a la vida.

La ética es uno de los elementos transversales, que se debe aplicar a este mundo actual, y se escucha que la ética debe ser como un paradigma para la IA. Hay que centrarse en este nuevo campo, estadio artificial para empezar a construir una ética, una educación, incluso los procesos comunicacionales y periodísticos porque ya no se hace periodismo de hace 20 años.

Influencias de la IA

El ingeniero en sistemas, Ricardo Navas, señala que el año de aparición o de creación de la inteligencia artificial fue 1956 con John McCarty. En primera instancia, cree que sí existirá el reemplazo de tareas programadas

basadas en la inteligencia artificial, donde se involucran procesos repetitivos de robots que trabajarán junto con sistemas de inteligencia artificial.

El ingeniero Navas está involucrado ya varios años en procesos tecnológicos, trabajando con herramientas tecnológicas en el mundo del desarrollo; creando y construyendo software con algoritmos. Explica que en las áreas de call center de entidades importantes en todo el mundo, se reemplazarían tareas o procesos de comunicación por los algoritmos de inteligencia artificial.

Inteligencia artificial en la actualidad

El analista de sistemas, Álvaro Sebastián Gavilanes Morales, indica que la IA surge en 1950, cuando quisieron experimentar como la inteligencia humana podía absorber la máquina o podían absorber las máquinas. La IA es un aprendizaje profundo del cual ha sido fundamental para los días, más que eso es una herramienta conjunta que lleva en los días, porque esto permite explicar a lo que son las computadoras sin la necesidad de un humano que interactúe con ellas, simple hecho de que la computadora esté preñada ejecutando un mismo programa explicando a otras lo que deben realizar, es por decir así un comando el cual continúa y va hacia especificaciones directas, parametrizadas. Son cinco las tecnologías que habilitan a la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, las redes neuronales artificiales, procesamiento de lenguaje natural, visión por computadora y algoritmos de optimización.

Interacción con la IA

Paúl Freire Vaca es Magíster en Comunicación Estratégica Digital DIRCOM, él considera que es necesario comprender y saber que la tecnología siempre será buena cuando se pueda utilizar, se la pueda sacar el beneficio que es y para lo que sirve. Tú me decías qué es bueno, qué es mal, yo solo te puedo decir que es cómo se usa.

Podemos tener la mayor tecnología de punta, pero si no podemos manejarla, ¿qué sucede? No pasa absolutamente nada. Ese es el reto de tratar de entender, ser teórico y práctico y manejar en un momento determinado diferentes acciones que puedan resultar en la consecución de un objetivo.

Hay que entender y determinar que con las nuevas tecnologías y tendencias en el mundo tecnológico se fortalece cada situación que hacemos. Si hablamos de inteligencia artificial en la comunicación, tenemos un ejemplo muy claro: el teléfono, el smartphone que ahora tienes.

Retos del periodismo

El doctor Andrés Hermann Acosta, investigador en el ámbito de la Innovación y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, dice que la inteligencia artificial se relaciona con la comunicación porque existe un intercambio de ideas, significados, de pensamientos a través de la red internet, solo que se interactúa entre emisores y receptores, seres humanos, sino que la tecnología, las máquinas y los ordenadores generan procesos de automatización, pueden generar esa interacción entre los participantes, algo que ya se venía conociendo.

Lo interesante de la inteligencia artificial es que se tienen más acceso a fuentes, se tienen acceso a más recursos, por ejemplo, se tienen acceso a poder tener una información, ágil una información a la medida inmediatamente.

Riesgos para la comunicación

El docente-investigador, Diego Apolo, explica que en la transición de los siglos XIX y XX empiezan todos los procesos de mecanización, tanto de la mano de obra, como de las máquinas: “Entonces empiezas por el vapor, empiezas por la mecanización. Ahora ya inclusive dicen que estamos en la quinta revolución industrial que va con la economía circular y siendo más responsables” (Apolo, 2022).

Más que afectar, yo pienso que no solo la comunicación, sino las prácticas comunicativas, las prácticas culturales de las sociedades van cambiando, se van desarrollando. Ahora, el uso y el apareamiento de la inteligencia artificial en ámbitos de la gestión del comunicador son muy interesantes. (Apolo, 2022)

El doctor Apolo concluye que la inteligencia artificial es una herramienta que potencia la actividad comunicacional y educativa.

Tiempo real, IA y comunicación

Pablo Andrés Escandón Montenegro es licenciado en Comunicación y Literatura por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en el año 2000, Máster en Periodismo Digital por el Instituto Universitario de Postgrado (Madrid), en colaboración con la Universidad Autónoma de

Madrid y Diario El País de España en 2004, Máster en Sociedad de la Información y del Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya en 2013 y Doctor en Comunicación e Información Contemporánea, Universidad de Santiago de Compostela, España. Tesis Cum Laude en 2016.

Escandón menciona que la inteligencia artificial es una evolución del uso informático que le podemos dar, no solamente a los equipos, sino también a los contextos informativos. Entonces, la inteligencia artificial tiene una relación tecnológica y social.

Desde el primer uso de un computador con la comunicación o para procesos mediáticos, tenemos ya usos de inteligencia artificial. ¿Por qué? Porque automatizamos ciertos elementos de creación, de producción, de búsqueda de información.

El proceso de comunicación no se ha cambiado, seguimos teniendo el mismo proceso. Lo que ha cambiado son las fuentes de información, son los tiempos informativos y son los procesos de generación de información. Entonces, siempre hemos estado en contacto con la inteligencia artificial.

Entonces, le pedimos a la inteligencia artificial que nos ayude, que nos facilite conceptos, que nos contextualice o que nos haga entender ciertas cosas para poder generar un producto diferente y que no sea igual al que pueden encontrar otros preguntándole directamente a la inteligencia.

Transformación de la comunicación con la IA

Marco Enrique Benalcázar Palacios es ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones en la Escuela Politécnica Nacional, Máster en Tecnologías de los Sistemas de Energía Solar Fotovoltaica en Universidad Internacional de Andalucía, Doctor en Ingeniería Electrónica en Universidad Nacional de Mar del Plata.

Explica que la inteligencia artificial es una parte de la computación de las ciencias. Las ciencias de la computación son las que se encargan de utilizar matemáticas para estudiar qué se puede calcular, qué no se puede calcular, qué tan fácil es calcular algo o qué tan difícil es calcular algo.

Entonces, en ese contexto, la inteligencia artificial desarrolla algoritmos que simulen aspectos de la inteligencia humana y se llama justamente inteligencia artificial porque la forma de desarrollar las simulaciones es a través de código.

Y hay muchos aspectos de la inteligencia humana o que requieren inteligencia humana o que son propios de la inteligencia humana que se busca simular con inteligencia artificial. Quizá el más importante es la capacidad de aprendizaje que tenemos los seres humanos.

Cuando con inteligencia artificial intentamos simular la capacidad de aprendizaje estamos en el campo del machine learning o del aprendizaje de máquina que probablemente es un término que hoy por hoy se ha vuelto bastante popular y que seguramente en alguna parte lo hemos escuchado.

Siempre se aprende algo nuevo

La gestión eficiente del tiempo y la coordinación de actividades en el grupo fueron esenciales para superar los desafíos relacionados con los horarios y compromisos de los entrevistados. Esta experiencia no solo fortaleció las habilidades de gerencia de proyectos, sino también la capacidad de adaptación de los miembros del grupo.

La revisión técnica, respaldada por el uso de herramientas como audífonos ergonómicos, refleja el compromiso con la calidad y la estética en la producción de cada producto. Este enfoque riguroso contribuyó a mejorar la experiencia auditiva y visual del público.

A pesar de las limitaciones de tiempo, el proceso de laboratorio proporcionó valiosos conocimientos sobre la producción. Cada desafío enfrentado se convirtió en una oportunidad para perfeccionar los detalles y mejorar la profesionalidad del trabajo.

El reconocimiento de que la séptima revisión no es la última refleja la mentalidad de mejora continua. Esta filosofía, instigada por el profesor, impulsa a los comunicadores a buscar la excelencia, aprendiendo tanto desde el ámbito académico como desde la experiencia práctica.

En última instancia, la elaboración de este capítulo no solo fue un ejercicio académico, sino una inmersión en el aprendizaje vivencial, destacando la importancia de la perseverancia y el constante afán de mejora en el proceso creativo y técnico. Como dice el profe “la séptima revisión no es la última”.

Conclusiones

La inteligencia artificial desempeña un papel importante en la mejora y la transformación de la comunicación en diversos sectores, desde el ser-

vicio al cliente hasta el marketing y la traducción de idiomas. Su capacidad para procesar grandes cantidades de datos y automatizar tareas repetitivas ha revolucionado la forma en que las personas se comunican y las empresas interactúan con sus audiencias.

Además de conocer el trasfondo de este nuevo mundo, el mismo que hace que los diferentes cambios en aspectos cotidianos de nuestra vida, no solo en temas de comunicación y sus ramas, sino en nuestra manera de pensar.

En los capítulos se apreciaba este entorno nuevo y cambio dado, tanto en los conocimientos académicos adquiridos como en el trabajo en grupo, que, aunque se vivió complicado, ya que cada persona es un mundo diferente, se lograron realizar productos que cumplen con la rúbrica del docente a cargo de esta asignatura.

Por eso, además de entender un tema que interesaba a todo el grupo de compañeros, también se pudieron comprender los temas aferrados a la IA y como los nuevos entornos se adaptan a la evolución de la tecnología y a las nuevas tendencias. Como futuros profesionales de la comunicación, siempre debemos estar al tanto de cada cambio en el mundo, en especial de aquellos que pueden influir en la opinión pública y en la forma en que se percibe la misma, esto nos permite adaptarnos y proporcionar contenido relevante y preciso para nuestras audiencias.

Referencias bibliográficas

- Apolo, D. (19 de mayo de 2022). La IA y la comunicación. (G. 1. Sonoras, entrevistador)
- Ardila, R. (2001). Herbert A. Simon (1916-2001) Psicólogo premio nobel. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 2.
- Daffner, B. (8 de marzo de 2023). *Por qué la inteligencia artificial (IA) será la tecnología de 2023*. MoreThanDigital: <https://bit.ly/3Cgo8L1>
- McCarthy, J. (2007). *What is Artificial Intelligence?* Stanford University. <https://bit.ly/3CeSCgi>
- Pedraza, J. D. (2023). *La inteligencia artificial en la sociedad*. Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/75068/>
- Real Academia Española. (2022). *Real Academia Española*. <https://dle.rae.es/inteligencia>
- Sampedro, J. (26 de enero de 2016). Marvin Minsky, cerebro de la inteligencia artificial. *El País*. <https://bit.ly/40AcjZk>