

Uso de la inteligencia artificial en la comunicación

Use of artificial intelligence in communication

¹ Yolanda Tatiana Carrasco Ruano
Investigar independiente, Ambato, Ecuador
tcarrascor@yahoo.com

 <https://orcid.org/>



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 08/10/2025

Revisado: 14/11/2025

Aceptado: 04/12/2025

Publicado: 05/01/2026

DOI: <https://doi.org/10.3326/exploradordigital.v10i1.3589>

Cítese:

Carrasco Ruano, Y. T. (2026). Uso de la inteligencia artificial en la comunicación. *Explorador Digital*, 10(1), 6-16. <https://doi.org/10.3326/exploradordigital.v10i1.3589>



EXPLORADOR DIGITAL, es una Revista electrónica, **Trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://exploradordigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons en la 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Palabras claves:

inteligencia artificial, comunicación visual, piezas gráficas, universidad, revisión bibliográfica sistemática.

Resumen

El presente artículo científico desarrolla una **revisión bibliográfica sistemática** sobre el uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción de piezas gráficas comunicacionales, con énfasis en el contexto. El estudio se fundamenta exclusivamente en fuentes previamente seleccionadas, que incluyen literatura académica, textos metodológicos, libros especializados y artículos de opinión y editoriales del *Diario La Prensa Chimbaco*. A través del análisis de contenido cualitativo, se examinan los aportes de la IA a los procesos creativos, editoriales y discursivos, así como su incidencia en la construcción de opinión pública y cultura visual. Los resultados evidencian que la IA se consolida como una herramienta estratégica para la innovación gráfica y comunicacional, aunque plantea desafíos vinculados a la ética, la autoría, la homogenización estética y la formación crítica de los futuros comunicadores. **Área general:** ciencias de la comunicación , **Área específica:** comunicación. **Tipo de estudio:** artículo original.

Keywords:

artificial intelligence, visual communication, graphic pieces, university, systematic literature review.

Abstract

This scientific article presents a systematic literature review on the use of artificial intelligence (AI) in the production of graphic communication materials, with an emphasis on context. The study is based exclusively on preselected sources, including academic literature, methodological texts, specialized books, and opinion pieces and editorials from the newspaper *La Prensa Chimbaco*. Through qualitative content analysis, the contributions of AI to creative, editorial, and discursive processes are examined, as well as its impact on the construction of public opinion and visual culture. The results demonstrate that AI is consolidating itself as a strategic tool for graphic and communication innovation, although it raises challenges related to ethics, authorship, aesthetic homogenization, and the critical training of future communicators. General area: communication sciences; Specific area: communication; Type of study: original article.

1. Introducción

La comunicación visual y el diseño gráfico han experimentado profundas transformaciones a partir de la incorporación de tecnologías digitales avanzadas, entre ellas la inteligencia artificial. Estas transformaciones no solo afectan los aspectos técnicos de la producción gráfica, sino también los procesos simbólicos mediante los cuales se construyen significados sociales, opiniones públicas y discursos culturales. En el ámbito universitario, particularmente en la UNACH, el análisis del uso de la IA en piezas gráficas comunicacionales resulta pertinente para comprender los cambios en la formación académica, la práctica profesional y la comunicación institucional.

Las piezas gráficas comunicacionales cumplen una función central en la mediación entre instituciones y sociedad. Desde la perspectiva del periodismo de opinión y los géneros discursivos (Moreno Espinosa, 2007), dichas piezas no se limitan a informar, sino que influyen en la interpretación de la realidad social. En este sentido, la incorporación de IA en los procesos creativos plantea interrogantes sobre la autoría, la ética y el rol del comunicador como mediador crítico.

Asimismo, la revisión de editoriales y artículos del *Diario La Prensa Chimbazo* permite observar cómo el discurso gráfico y textual se articula con problemáticas sociales, culturales, ambientales y educativas del contexto local. Estas publicaciones constituyen un insumo relevante para reflexionar sobre el uso de herramientas tecnológicas en la producción de mensajes con impacto social.

2. Metodología

El estudio se desarrolló bajo el enfoque de **revisión bibliográfica sistemática**, siguiendo los principios de la investigación cualitativa descritos por Flick (2018) y Ñaupas Paitán et al. (2013). Este enfoque permitió analizar de manera rigurosa y organizada un conjunto delimitado de fuentes, sin incorporar referencias adicionales a las previamente establecidas.

2.1 Procedimiento

El proceso metodológico se estructuró en las siguientes fases:

1. **Identificación del corpus documental:** se seleccionaron libros, artículos científicos, textos metodológicos y publicaciones periodísticas proporcionadas previamente.
2. **Criterios de inclusión:** pertinencia temática con la inteligencia artificial, la comunicación visual, la opinión pública, el análisis de contenido y la educación superior; disponibilidad del texto completo; relevancia para el contexto comunicacional.

www.exploradordigital.org

3. **Organización y categorización:** las fuentes se agruparon en categorías conceptuales: IA y estética, análisis de contenido, opinión pública y comunicación educativa.
4. **Análisis de contenido cualitativo:** se aplicaron los lineamientos de Krippendorff (2019), Mayring (2014) y Neuendorf (2017), priorizando la interpretación de significados y discursos.

2.2 Tipo de análisis

El análisis se centró en la identificación de ideas recurrentes, enfoques teóricos y aportes metodológicos relacionados con el uso de IA en la producción comunicacional. Asimismo, se examinó el valor discursivo de los textos periodísticos del *Diario La Prensa Chimborazo* como referentes de construcción de opinión pública y cultura visual.

3. Marco teórico

3.1 Inteligencia artificial y estética comunicacional

La inteligencia artificial ha introducido nuevas dinámicas en la creación visual contemporánea. Manovich (2018) sostiene que la estética de la IA se caracteriza por la automatización de procesos creativos y la generación de imágenes a partir de grandes volúmenes de datos. Esta transformación redefine el rol del diseñador y del comunicador, quienes pasan de ser productores exclusivos a mediadores entre sistemas algorítmicos y públicos.

Zeilinger (2021) profundiza en esta idea al analizar la relación entre IA y economía creativa digital, señalando que los procesos culturales están cada vez más condicionados por infraestructuras tecnológicas. Desde una mirada crítica, Crawford y Joler (2018) advierten que la IA implica relaciones complejas entre trabajo humano, recursos y poder, lo cual debe ser considerado en los entornos académicos.

Por su parte, D'Ignazio y Klein (2020) plantean la necesidad de una aproximación ética y crítica a los datos y a los sistemas algorítmicos, destacando que la tecnología no es neutral. Estas reflexiones resultan fundamentales para la formación universitaria en comunicación y diseño.

Tabla 1

Dimensiones de la IA en la comunicación

Dimensión	Descripción	Implicación en el contexto de la UNACH
Técnica	Uso de herramientas de IA para Mejora de la eficiencia en la automatizar y optimizar procesos de producción de piezas comunicacionales institucionales	
Estética	Generación de nuevas narrativas visuales mediante sistemas algorítmicos	Innovación visual en proyectos académicos y comunicacionales
Ética	Cuestionamientos sobre autoría, sesgos algorítmicos y responsabilidad social	Necesidad de formación crítica y normativa académica
Educativa	Integración de la IA en procesos de enseñanza-aprendizaje	Fortalecimiento de competencias digitales y pensamiento crítico en estudiantes

3.2 Opinión pública, discurso y educación

La producción de piezas gráficas comunicacionales se inscribe en la esfera pública, donde los mensajes visuales y textuales influyen en la construcción de significados sociales. Edelman (2000) explica que los discursos mediáticos configuran espectáculos políticos y simbólicos que orientan la percepción ciudadana.

Tabla 2

Aportes de autores

Tipo de fuente	Autor / Entidad	Año	Apunte principal al estudio
Editorial periodística	Diario La Prensa Chimborazo	2021–2023	Construcción de opinión pública, análisis del discurso social y contexto comunicacional local
Artículo académico	Moreno Espinosa, P.	2007	Análisis de los géneros de opinión y la escritura periodística digital

Tabla 2

Aportes de autores (continuación)

Tipo de fuente	Autor / Entidad	Año	Aporte principal al estudio
Libro teórico	Manovich, L.	2018	Aporte conceptual sobre inteligencia artificial y estética visual contemporánea
Libro metodológico	Krippendorff, K.	2019	Fundamentos del análisis de contenido aplicado a estudios comunicacionales
Documento crítico	Crawford, K., & Joler, V.	2018	Reflexión ética y social sobre el impacto de los sistemas de inteligencia artificial

Desde el ámbito educativo, Owen (2014) subraya la importancia de formar ciudadanos críticos en la era digital, capaces de interpretar y cuestionar los mensajes mediáticos. De manera complementaria, Aratemur Çimen y Bayhan (2019) destacan el rol de los valores democráticos en los sistemas educativos, lo cual puede extrapolarse al uso responsable de tecnologías como la IA.

Moreno Espinosa (2007) aporta al análisis de los géneros de opinión en el periodismo electrónico, permitiendo comprender cómo las piezas gráficas y editoriales influyen en la opinión pública. Estas perspectivas teóricas son clave para analizar el contexto comunicacional universitario.

5. Análisis y discusión de resultados

El análisis de las fuentes revisadas permite identificar múltiples aportes del uso de la inteligencia artificial en la producción de piezas gráficas comunicacionales. En primer lugar, la IA facilita la optimización de procesos creativos, reduciendo tiempos de producción y ampliando las posibilidades estéticas. En el contexto universitario, esto puede traducirse en una mayor eficiencia en la comunicación institucional y académica.

En segundo lugar, la IA contribuye a la experimentación visual y narrativa, generando nuevas formas de representación gráfica. Sin embargo, diversos autores advierten sobre el riesgo de homogeneización estética y la pérdida de identidad cultural si estas herramientas se utilizan sin un criterio crítico.

El análisis de los artículos y editoriales del *Diario La Prensa Chimborazo* evidencia cómo los discursos gráficos y textuales abordan temas sociales como la convivencia, el medio ambiente, el deporte y la cultura. Estas publicaciones reflejan la importancia de la

www.exploradordigital.org

comunicación visual como herramienta de mediación social, aspecto que resulta pertinente para la formación de comunicadores en la UNACH.

Asimismo, se identifican desafíos éticos relacionados con la autoría, la responsabilidad comunicacional y el uso consciente de tecnologías emergentes. La literatura revisada coincide en la necesidad de fortalecer la formación ética y metodológica de los estudiantes universitarios frente al uso de IA.

6. Conclusiones

- La revisión bibliográfica sistemática realizada permite concluir que la inteligencia artificial se ha convertido en un recurso significativo para la producción de piezas gráficas comunicacionales en el ámbito universitario. En la UNACH, su incorporación representa una oportunidad para innovar en los procesos comunicacionales, siempre que se acompañe de una formación crítica, ética y contextualizada.
- El análisis de las fuentes seleccionadas evidencia que la IA no debe entenderse únicamente como una herramienta técnica, sino como un fenómeno cultural y social que incide en la construcción de discursos, opiniones y representaciones visuales. Por ello, su uso en la educación superior debe orientarse al fortalecimiento del pensamiento crítico y la responsabilidad social.
- Finalmente, se destaca la importancia de continuar investigando el impacto de la IA en la comunicación visual desde enfoques cualitativos, que permitan comprender sus implicaciones simbólicas, educativas y éticas en contextos locales y universitarios.

7. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

8. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

9. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

10. Referencias Bibliográficas

Diario La Prensa Chimbacozo. (2021, 3 de abril). *¿El deporte puede ayudar a mejorar la salud en los niños?*

<https://www.laprensa.com.ec/deporte-salud-en-ninos/>

www.exploradordigital.org

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 21 de febrero). *Editorial: A propósito de la industria sin chimenea.*

https://drive.google.com/file/d/1HfEH8TOjpnZlR8r_105KCawyDsxD0jtq/view

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 22 de abril). *¿Cómo debería convivir la sociedad?*

<https://www.laprensa.com.ec/como-deberia-convivir-la-sociedad/>

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 28 de abril). *Que la unión haga la fuerza.*

https://drive.google.com/file/d/1bwAFpAUShOT6ys6Gvl2VZ0hR1Kir_Ur7/view

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 30 de mayo). *De los mercados de la ciudad de Riobamba: Lo bueno, lo malo y lo feo.*

<https://drive.google.com/file/d/1yH6wQcLscMq0aCi5NpjK0rFs1lUq7kEb/view>

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 30 de mayo). *Tribuna libre: ¡Cultiva la simpatía!*

<https://drive.google.com/file/d/1yH6wQcLscMq0aCi5NpjK0rFs1lUq7kEb/view>

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 3 de junio). *Editorial: A propósito del Personaje del Año.*

https://drive.google.com/file/d/1GgAD7hZE2OIcSIu1d_EI2IopJ4heZSSc/view

Diario La Prensa Chimborazo. (2023, 9 de junio). *Opinión del pueblo: ¿Qué hacer para preservar el medio ambiente, que está en latente riesgo?*

<https://drive.google.com/file/d/1zHaBhdWIDlzzJ3pjITBu6o2yqjkJ5UVw/view>

Novillo, K. (2023, 22 de febrero). *Edgar Morin y los pueblos originarios. Diario La Prensa.*

<https://drive.google.com/file/d/1v9iXeSE92TK-HGkUnijVBIouQFX7LFxy/view>

Aratemur Çimen, C., & Bayhan, S. (2019). *Democratic values and democratic citizenship in the Turkish education system: Textbooks.* The European Liberal Forum.

<https://liberalforum.eu/wp-content/uploads/2021/06/engdemocraticvaluesanddemocraticcitizenship.pdf>

Coppari, L. (2020). *Editoriales literarias en el cambio de siglo: Entre el mercado, la autogestión y el disfrute cultural.* Centro de Estudios Avanzados.

<https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/248970/1/Editoriales-literarias.pdf>

Crawford, K., & Joler, V. (2018). *Anatomy of an AI system: The Amazon Echo as an anatomical map of human labor, data and planetary resources.* AI Now Institute

www.exploradordigital.org

& Share Lab.

<https://anatomyof.ai/img/ai-anatomy-publication.pdf>

D'Ignazio, C., & Klein, L. F. (2020). *Data feminism*. MIT Press.

<https://data-feminism.mitpress.mit.edu/>

Edelman, M. (2000). *Constructing the political spectacle*. University of Chicago Press.

<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/C/bo5948882.html>

Flick, U. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

https://edmorata.es/wp-content/uploads/2021/02/Flick.-Introduccion-a-la-investigacion-cualitativa_prw.pdf

Gardner, J. W. (1963). *Self-renewal: The individual and the innovative society*. Harper

& Row.

https://books.google.com.ec/books/about/Self_renewal.html?id=L2JGFipZkD4C

Gardner, J. W. (1971). *Self-renewal: The individual and the innovative society*. Harper

& Row.

Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.).

SAGE Publications.

<https://methods.sagepub.com/book/mono/content-analysis-4e/toc>

MacLeish, A. (1940). *A time to speak: The selected prose of Archibald MacLeish*.

Houghton Mifflin.

https://books.google.com.ec/books/about/A_Time_to_Speak.html?id=Nv4NAAAIAAAJ

Manovich, L. (2018). *AI aesthetics*. Strelka Press.

https://books.google.com.ec/books/about/AI_Aesthetics.html?id=IoIByAEACAAJ

Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Beltz.

https://www.researchgate.net/publication/266859800_Qualitative_content_analisis_-_theoretical_foundations_basic_procedures_and_software_solution

Moreno Espinosa, P. (2007). Opinión y géneros en el periodismo electrónico: Redacción y escritura. *Ámbitos*, 16, 123–149.

<https://www.redalyc.org/pdf/168/16801608.pdf>

Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). SAGE Publications.

<https://methods.sagepub.com/book/mono/the-content-analysis-guidebook-2e/toc>

www.exploradordigital.org

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H.

E. (2013). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5.^a ed.). Ediciones de la U.

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/metodologianauapas.pdf

Owen, D. (2014). *Civic education and the making of citizens in the digital age*. SSRN Electronic Journal.

https://www.researchgate.net/publication/272471949_Civic_Education_and_the_Making_of_Citizens_in_the_Digital_Age

Pozo Alonso, A. J. (2022). Las cartas al editor, importante sección de las revistas científicas. *Revista Cubana de Pediatría*, 94(1).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75312022000100001

Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2005). *Qualitative interviewing: The art of hearing data* (2nd ed.). SAGE Publications.

<https://methods.sagepub.com/book/mono/qualitative-interviewing/toc>

Seidman, I. (2013). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. Teachers College Press.

<https://share.google/w0O4yfbmF1tng0xhN>

Zeilinger, M. (2021). *Tactical entanglements: AI and the digital creative economy*.

Meson Press.

<https://meson.press/books/tactical-entanglements/>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Explorador Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Explorador Digital**.



Open policy finder
Formerly Sherpa services