

Editorial

Reflexiones sobre una relación impostergable: comunicación de bien público e inteligencia artificial

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso¹

Luis Ernesto Paz Enrique²

La hegemonía de la virtualización en las relaciones sociales y la posterior incorporación de la IA han marcado inflexiones en la concepción, producción, interpretación y socialización de los mensajes. Por ello es válido indagar en el modo que estas tecnologías han condicionado los niveles hermenéutico, semiótico y semántico de la comunicación. Así como identificar los posicionamientos epistemológicos y las apropiaciones disciplinares que ello ha suscitado para las Ciencias Sociales.

Desde una perspectiva hermenéutica, las IA han impactado el proceso de interpretación, sobre todo ante la potenciación de la variable contextual, que pudiera suponer una homologación a las competencias humanas. Sin embargo, se considera que la tecnificación que implica la IA en el ámbito de la comunicación no reproduce el sentido común como una cualidad socialmente construida. En consecuencia, el sentido del ser continúa como una premisa de la humanidad ante los procesos desubjetivadores que legitiman los códigos digitales.

Esta última problemática impacta también en el nivel semiótico a través de una codificación y decodificación estandarizada. En ese sentido la

1 Doctor en Ciencias Sociológicas. Maestro en Comunicación. Licenciado en Comunicación Social. Universidad Nacional Autónoma de México.

(<https://orcid.org/0000-0002-6446-1653>) (eahernandez1990@gmail.com)

2 Doctor en Ciencias Sociológicas. Maestro en Docencia para la Educación Media Superior. Licenciado en Ciencias de la Información. Universidad Nacional Autónoma de México.

(<https://orcid.org/0000-0001-9214-3057>) (luisernestopazenrique@gmail.com)

principal inquietud no se instituye desde la infinitud de opciones que pudieran incorporarse sino la significación de estas como resultado de la creatividad humana, la posibilidad del encuentro (interpersonal o mediatizado) y la acción social (desde un espacio físico o virtual). Si bien la interoperabilidad facilita el reconocimiento e implementación de formatos, protocolos, signos y símbolos digitales, esta se fundamenta en la eficiencia del intercambio de información y en menor medida en la riqueza interpretativa.

Semánticamente, se constatan los mayores progresos en la integración de la IA a la Comunicación, ya que las tecnologías de procesamiento del lenguaje natural permiten una comprensión y generación de texto cada vez más precisas y contextualmente relevantes. La convergencia de la web semántica y las IA facilitan sistemas de recomendación inteligente que analizan el comportamiento del usuario para entender sus preferencias y ofrecer recomendaciones altamente personalizadas.

Por otra parte, las implicaciones anteriormente mencionadas han suscitado diversas posturas ante la mediación de las IA en la comunicación social:

- **optimistas tecnológicos:** aquellos que ven el potencial de las IA para mejorar la calidad de vida, aumentar la eficiencia y resolver problemas sociales en áreas como la salud, la educación, el medio ambiente.
- **escépticos críticos:** expresan preocupación por los posibles impactos negativos de las IA en el empleo, la privacidad, la autonomía individual y la equidad social. Abogan por una regulación y supervisión más estrictas.
- **pragmáticos adaptativos:** reconocen tanto los beneficios como los desafíos de las IA. Abogan por un enfoque equilibrado que combine la innovación tecnológica con políticas públicas y prácticas responsables para mitigar los riesgos.
- **entusiastas futuristas:** adoptan una visión optimista ante las IA. Hipotetizan prospectivamente sobre las transformaciones que estas tecnologías representarán para la sociedad, sobre todo en el impacto para el conocimiento y las posibilidades para la resolución de problemáticas.
- **conservadores y tradicionalistas:** muestran resistencia o desconfianza hacia las IA. Prefieren mantenerse en sistemas y prácticas

de comunicación tradicionales y desconfían de los cambios impulsados por la tecnología.

Ante los adeptos y detractores, convencidos y vacilantes de estas tecnologías, las evidencias indican que el panorama no está exento de contradicciones (agudizadas o instauradas). La infoxicación, como fenómeno de la tercera revolución de la información ante la masificación de Internet, marcó un nuevo fenómeno donde se torna más difícil encontrar datos verídicos. La exposición a grandes volúmenes de información ha aumentado de manera exponencial. Desde las redes sociales, hasta los sitios de noticias, pasando por los blogs y las plataformas de streaming; las personas están expuestas a datos, noticias y contenido de todo tipo.

La infoxicación refiere a la saturación de información, siendo abrumadora y perjudicial para la salud mental (Méndez y Ayala, 2023). La lucha por filtrar y gestionar la gran cantidad de información que se recibe puede provocar estrés, ansiedad e incluso depresión. Esta problemática a criterio de López (2021): se ha convertido en un problema cada vez más común en la sociedad actual. La constante necesidad de estar conectados e informados genera consumir una gran cantidad de información, muchas veces sin discriminación o criterio alguno. Esto puede llevar a malinterpretaciones, desinformación y la propagación de noticias falsas.

La infoxicación puede dificultar la toma de decisiones, provocar la parálisis por análisis y la incapacidad de tomar decisiones basadas en la información disponible. Se recomienda evitar la sobreexposición a las redes sociales y las noticias como forma de minimizar la exposición, sin embargo, se requiere de contrastar fuentes para tener un criterio objetivo ante la desinformación. Con la proliferación de las redes sociales y la facilidad con la que se pueden difundir noticias falsas, engañosas o manipuladas, es cada vez más difícil para los sujetos discernir lo verdadero y lo falaz.

El uso de la IA se presenta como una herramienta prometedora para combatir la desinformación. Los autores Ballesteros y del Olmo (2024) establecen que la IA tiene la capacidad de analizar grandes cantidades de información de manera rápida y eficiente, identificando patrones y anomalías que pueden revelar la veracidad de una noticia. Pese al cri-

terio de los autores mencionados, también existen otras herramientas de IA que generan datos inexactos, engañosos o cuestionables; especialmente el uso de chatbots para generar material científico.

La IA puede detectar contenido falso o engañoso, así como la proliferación de información errónea en las redes sociales. Puede ser utilizada para rastrear la procedencia de una noticia y verificar su autenticidad. Una de sus aplicaciones es la detección de deepfakes, videos manipulados con tecnología avanzada. La IA puede identificar la manipulación de información y alertar a los usuarios sobre su veracidad, evitando que se propague y engañen a la audiencia.

El desarrollo de herramientas de verificación de hechos utiliza algoritmos de IA para analizar la veracidad de una noticia, comparando la información con fuentes confiables y evidencia verificable. También se puede utilizar para identificar perfiles falsos o bots en las redes sociales, que suelen difundir desinformación de manera masiva y coordinada. En el contexto de la verificación de datos e información, la IA puede comparar con fuentes confiables y detectar cualquier inconsistencia o manipulación.

Una de las formas en que la IA se utiliza para la verificación de datos es a través de algoritmos de machine learning, que permiten a las máquinas aprender a identificar patrones y tendencias a partir de conjuntos de datos previamente etiquetados (Gonzales y Alonso, 2024). Estos algoritmos pueden ser entrenados para reconocer señales de desinformación, como el uso de titulares sensacionalistas o la manipulación de imágenes y alertar a los usuarios sobre la posible falsedad de la información. La desinformación en campañas políticas es un problema cada vez más común en la sociedad actual y puede tener un impacto negativo en la toma de decisiones de los ciudadanos y en la credibilidad de los procesos electorales.

Algunas maneras en las que la IA puede ayudar a combatir la desinformación es desde el análisis de grandes cantidades de contenido en línea, como noticias, publicaciones en redes sociales y sitios web, para detectar información falsa o engañosa. La IA puede identificar patrones de comportamiento de bots y trolls en las redes sociales y comparar la información recibida con bases de datos de hechos verificados, para determinar si una noticia es falsa o engañosa. Mediante el

análisis de datos en tiempo real, la IA puede predecir la aparición de campañas de desinformación y tomar medidas preventivas.

Referencias

- Ballesteros, L., y del Olmo, F. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Gonzales, H., y Alonso, M. (2024). Inteligencia artificial en la verificación de la información política. Herramientas y tipología. *Más Poder Local*, 56(2024), 27-45. <https://doi.org/10.56151/maspoder-local.215>
- López, F. (2021). De la pandemia a la infodemia: el virus de la infoxicación. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 66(242), 293-312. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2021.242.79330>
- Méndez, J., y Ayala, D. (2023). Análisis de infoxicación en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. *Tecnología Investigación y Academia*, 11(1), 5-18. <https://geox.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/19366>