

# **LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE IA**

## **REFLEXIONES ACADÉMICAS Y DESAFÍOS COMUNICATIVOS**

CRISTHIAN CAMILO BARBOSA ALFONSO  
ANDREA CAROLINA RUIZ RODRÍGUEZ  
ALEXANDRA MARGARITA ACOSTA CIFUENTES  
FELIPE MAURICIO PINO PERDOMO  
GUSTAVO ALEXY CAMPO MENDO  
CLAUDIA MARCELA GAMBOA DURÁN  
KATHERINNE MEJÍA ROCHA

Barbosa Alfonso, Crithian Camilo, autor

La comunicación en tiempos de IA : reflexiones académicas y desafíos comunicativos / Crithian Camilo Barbosa Alfonso [y otros seis]. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2025.

98 páginas.

Incluye datos curriculares de los autores -- Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo.

ISBN 978-958-508-620-3 (impreso) -- 978-958-508-622-7 (pdf) -- 978-958-508-621-0 (epub)

1. Inteligencia artificial - Aspectos sociales 2. Inteligencia artificial - Aplicaciones educativas 3. Inteligencia artificial - Aspectos morales y éticos 4. Tecnologías de la información y comunicación - Aspectos sociales 5. Comunicación organizacional - Innovaciones tecnológicas I. Ruiz Rodríguez, Andrea Carolina, autora II. Acosta Cifuentes, Alexandra Margarita, autora III. Pino Perdomo, Felipe Mauricio, autor IV. Campo Mencho, Gustavo Alexy, autor V. Gamboa Durán, Claudia Marcela, autora VI. Mejía Rocha, Katherinne, autora

CDD: 303.4833 ed. 23

CO-BoBN- a1151224

---



**Área:** Estudios de comunicación

**Subárea:** Inteligencia artificial

**EcoE**  
EDICIONES



© Crithian Camilo Barbosa Alfonso  
© Andrea Carolina Ruiz Rodríguez  
© Alexandra Margarita Acosta Cifuentes  
© Felipe Mauricio Pino Perdomo  
© Gustavo Alexy Campo Mencho  
© Claudia Marcela Gamboa Durán  
© Katherinne Mejía Rocha

© Ecoe Ediciones S.A.S.  
info@ecoeediciones.com  
www.ecoeediciones.com  
Carrera 19 # 63 C 32  
Teléfono: (+57) 321 226 46 09  
Bogotá, Colombia

♦ Cita sugerida:  
Barbosa Alfonso, C. C., Ruiz Rodríguez, A. C., Acosta Cifuentes, A. M., Pino Perdomo, F. M., Campo Mencho, G. A., Gamboa Durán, C. M., & Mejía Rocha, K. (2025). *La comunicación en tiempos de IA: Reflexiones académicas y desafíos comunicativos*. Ecoe Ediciones.

**Primera edición:** Bogotá, junio del 2025

**ISBN:** 978-958-508-620-3

**e-ISBN (PDF):** 978-958-508-622-7

**e-ISBN (ePub):** 978-958-508-621-0

**Directora editorial:** Ana María Rueda G.

**Coordinadora de producción editorial:**

Alejandra Rondón Forero

**Asistente administrativa editorial:** Karen García

**Corrección de estilo:** Andrés Caro

**Diagramación:** Natalia Herrera

**Carátula:** Natalia Herrera

**Impresión:** Carvajal Soluciones de

Comunicación S.A.S. Carrera 69 # 15 - 24

*La reproducción total de esta obra, ya sea en formato físico o digital, está estrictamente prohibida sin la autorización expresa del titular de los derechos. Asimismo, cualquier reproducción parcial de este libro, con o sin fines comerciales, en formato físico o digital, requiere la autorización previa.*

# CONTENIDO

<b>GLOSARIO .....</b>	<b>XIII</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO GENERAL .....</b>	<b>XV</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>XIX</b>

## **CAPÍTULO 1. DE LA CULTURA A LA IA: DIÁLOGO**

<b>ENTRE LA TRADICIÓN Y LA TECNOLOGÍA .....</b>	<b>1</b>
Autor.....	1
Resumen .....	1
Introducción.....	2
1. Transformaciones .....	4
2. Educación y conciencia cultural.....	6
3. Reflexiones finales .....	8
Referencias bibliográficas .....	9

## **CAPÍTULO 2. LA CULTURA POP Y SU INFLUENCIA SOBRE NUESTRA**

<b>PERCEPCIÓN DE LAS IA: LAS NUEVAS EXPRESIONES CÓMO DISCURSO .....</b>	<b>11</b>
Autora.....	11
Resumen .....	11
Introducción.....	12
1. El futuro y las revoluciones expresivas .....	13
2. Reflexiones finales .....	19
Referencias bibliográficas .....	20

**CAPÍTULO 3. COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL:**

<b>UNA RELACIÓN ÉTICA ENTRE LOS HUMANOS Y LA TECNOLOGÍA.....</b>	<b>23</b>
Autores .....	23
Resumen .....	23
Introducción.....	24
1. Del humanismo al tecnohumanismo.....	26
2. La comunicación y la IA .....	27
3. Satanizar o santificar .....	28
4. ¿Algoritmos con consciencia?.....	31
5. Reflexiones finales .....	33
Referencias bibliográficas .....	34

**CAPÍTULO 4. PROYECTOS DE CREACIÓN NARRATIVA PARA LA FORMACIÓN**

<b>UNIVERSITARIA EN EL AULA: CASOS DE MEDIACIÓN CON IA.....</b>	<b>37</b>
Autor.....	37
Resumen .....	37
1. Identificación de la experiencia.....	38
2. Relato o narrativa de la experiencia .....	38
2.1 Contexto.....	38
2.2 Antecedentes .....	39
2.3 Objetivos .....	43
2.4 Población objetivo .....	43
2.5 Metodología .....	43
3. Construcción de una idea argumental.....	45
3.1. Introducción.....	45
3.2 Ruta de aprendizaje .....	45
3.3. Evidencia de aprendizaje .....	46
3.4. Cierre (conclusión de la etapa de la experiencia).....	47
3.5. Sostenibilidad.....	47
3.6. Estrategias comunicativas.....	47
3.7. Aportes.....	48
4. Reflexiones finales .....	49
Referencias bibliográficas .....	51

**CAPÍTULO 5. DISPOSITIVOS MÓVILES Y DOCENTES: ROMPIENDO**

<b>LOS MIEDOS DE LA DIGITALIDAD .....</b>	<b>53</b>
Autora.....	53
Resumen .....	53
Introducción.....	54

---

1. Dispositivos móviles y docencia.....	55
2. Reflexiones finales .....	60
Referencias bibliográficas.....	60
 <b>CAPÍTULO 6. LA REVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN</b>	
<b>ORGANIZACIONAL EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....</b>	<b>63</b>
Autora.....	63
Resumen .....	63
Introducción.....	64
1. Consideraciones iniciales .....	64
2. Retos y perspectivas de la gestión de la comunicación en las empresas	65
3. Sociedad artificial: desafíos y limitaciones de la comunicación organizacional .....	68
4. Reflexiones finales .....	72
Referencias bibliográficas .....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Grupo 1 (5 estudiantes).....	41
Figura 2. Código QR para observar el final alternativo del ejercicio del grupo 1 .....	41
Figura 3. Grupo 2 (5 estudiantes).....	42
Figura 4. Código QR para observar el final alternativo del ejercicio grupo 2.....	42
Figura 5. Dialogo con la IA para generar un final alternativo .....	47
Figura 6. La transformación de las sociedades.....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Respuestas de los generadores de texto IA .....	32
--	----

## GLOSARIO

- » **Adaptación:** f. Acción y efecto de adaptar o adaptarse.
- » **Aprendizaje:** m. Acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa.
- » **Celulares:** m. Aparato portátil de un sistema de telefonía móvil.
- » **Comunicación organizacional:** f. Intercambio de información que se produce dentro y fuera de una empresa.
- » **Comunicación:** f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- » **Creación:** f. Obra relevante artística, literaria, arquitectónica, musical o científica.
- » **Cultura:** f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
- » **Digital:** adj. Dicho de un dispositivo o sistema: que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits.
- » **Dispositivos móviles:** m. Aparatos electrónicos portátiles que se pueden conectar a internet y que se utilizan para realizar actividades personales y profesionales.
- » **Educación:** f. Instrucción por medio de la acción docente.
- » **Escritura:** f. Sistema de signos utilizado para escribir.



- » **Ética:** f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida; f. Parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores.
- » **Expresión:** f. Efecto de expresar algo sin palabras.
- » **Gestión del cambio:** f. proceso estructurado que ayuda a las organizaciones a comunicar y aplicar cambios de manera efectiva, enfocándose en la adaptación de las personas y en la reducción de la resistencia al cambio.
- » **Innovación:** f. Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.
- » **Inteligencia artificial:** f. Inform. 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.
- » **Literacidad:** f. Capacidad de leer y escribir, así como de procesar información y convertirla en conocimiento.
- » **Mensaje:** m. Ling. Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.
- » **Narrativas:** f. p. us. Habilidad o destreza en narrar o en contar algo.
- » **Pensamiento crítico:** m. Capacidad de analizar y evaluar la consistencia de los razonamientos.
- » **Responsabilidad:** f. Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible yerro en cosa o asunto determinado. f. Der. Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.
- » **Sociedad:** f. Agrupación natural o pactada de personas, organizada para cooperar en la consecución de determinados fines.

# RESUMEN EJECUTIVO GENERAL

Con la llegada de la inteligencia artificial (IA) han venido cambiando las formas en las que se conserva la cultura, se genera conocimiento y se redefine la comunicación. En esta obra, los autores la destacan como una herramienta para la preservación de las tradiciones, facilitando el acceso a saberes ancestrales y promoviendo experiencias de aprendizaje innovadoras. Igualmente, abordan la evolución de las expresiones artísticas y visuales en la era digital, poniendo un puente entre el pasado y el futuro de la imagen, desde la invención de la fotografía hasta la creación de contenido mediante IA.

Por otro lado, desde la perspectiva ética, se plantean los desafíos que implica la integración de la IA en la comunicación, señalando su doble cara: como aliada en la automatización de procesos y en la verificación de información, pero también como un riesgo para la reflexión crítica y la calidad del mensaje.

El ámbito educativo también es objeto de análisis, explorando experiencias en la enseñanza universitaria, así como demostrando la importancia de la literacidad y de la incorporación de dispositivos móviles en el aula como estrategias para fortalecer el pensamiento crítico y la argumentación. A su vez, se analizan las tensiones entre un sistema educativo que aspira a la inclusión y la resistencia al cambio de docentes que enfrentan brechas generacionales y tecnológicas.

Finalmente, el libro explora la comunicación organizacional, resaltando cómo la IA redefine la gestión empresarial, desde la interacción con clientes, hasta la optimización de flujos de trabajo.

Desde una perspectiva académica, la obra ofrece una mirada integral desde el campo del conocimiento de la comunicación a la IA como fenómeno transversal, profundizando en su impacto en la cultura, la educación, el periodismo y la gestión organizacional, e invitando a reflexionar sobre sus múltiples aplicaciones en dimensiones sociales.



# INTRODUCCIÓN



Las tensiones con respecto a los alcances de la inteligencia artificial han permeado todos los niveles de la humanidad, llevándonos a reflexiones profundas con respecto a qué nos hace humanos.

La comunicación y el lenguaje también se han visto permeadas por el ingreso de las inteligencias artificiales, afectando así relaciones como comunicación y cultura; creatividad y formas de expresión comunicativas; la ética en el uso de las inteligencias artificiales; la literacidad crítica y la reinención audiovisual en los procesos de enseñanza; la formación docente y el uso de tecnologías, y las comunicaciones organizacionales.

Es así como el profesor Cristhian Barbosa abarca, en el primer capítulo del libro, la relación conocimiento-comunicación-cultura teniendo en cuenta las tensiones relacionadas a la autenticidad, la apropiación y el acceso equitativo, destacando cómo la digitalización ha permitido la preservación del patrimonio cultural, pero también haciendo énfasis en cómo ha generado nuevas discusiones, como la producción y difusión cultural, y los efectos en la economía creativa.

Luego, la profesora Andrea Ruiz reflexiona desde el campo audiovisual en la triada arte-cultura-comunicación y hace un recorrido histórico desde producciones escritas, fotografía y productos audiovisuales, dilucidando posibles caminos y planteando la posibilidad de un nuevo paradigma para la producción creativa.

El debate con respecto a la relación comunicación-ética-tecnología es abordado por los profesores Alexandra Acosta y Felipe Pino, dilucidando desde el discurso moral y desde las visiones de humanismo, la necesidad de reconocer el uso adecuado y responsable éticamente de las inteligencias artificiales, lo que plantea la tensión entre visiones humanistas y tecnohumanistas, y resalta la necesidad humana de la reflexión constante en el marco del uso de las tecnologías.

En el cruce entre inteligencia artificial-comunicación-educación superior, el profesor Gustavo Campo nos presenta una experiencia pedagógica innovadora de reinención a partir de la literacidad crítica en proyectos multimodales apoyados por la tecnología, transformando clásicos literarios a través de la reescritura narrativa y convirtiéndolos en productos audiovisuales.

La profesora Claudia Gamboa analiza la tensión profesorado-dispositivos móviles-educación superior desde las tensiones generadas por los cambios propuestos por la tecnología a las formas de enseñar, explorando oportunidades para replantear el papel de la tecnología en el proceso educativo.

Finalmente, la profesora Katherine Mejía analiza la relación entre comunicación organizacional-tecnologías y su evolución, destacando la importancia de la gestión comunicativa y planteando la necesidad de reformular los procesos de interacción y de repensar las estructuras comunicativas empresariales.

Esperamos que este libro sea de agrado a lectores, estudiantes, profesores, investigadores y público en general, y se convierta en un aporte a la reflexión entre la comunicación y los nuevos paradigmas tecnológicos.

Los autores