

ComunicAI:
La revolución de la Inteligencia
Artificial en la Comunicación

colección «TEXTOS IBEROAMERICANOS»

Ángel Torres-Toukoumidis
Tatiana León-Alberca
(coordinadores)

ComunicAI:
La revolución
de la Inteligencia Artificial
en la Comunicación



SALAMANCA
2024

1ª edición: Salamanca (España), 2024.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2024.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:
© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2024).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganesos de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-10176-01-0

Depósito Legal: DL S 138-2024

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Introducción

por Ángel Torres-Toukourmidis; Tatiana León-Alberca 9

1. Inteligencia Artificial en las redes sociales digitales

por Ketty Daniela Calva-Cabrera;

Tatiana Betzabé León-Alberca

Christian Gabriel Arpi Fernández 15

Introducción 15

1. ¿Qué dice la literatura científica? 18

1.1. Las redes sociales digitales: de las relaciones
interpersonales al consumo algorítmico 18

1.2. El papel de los algoritmos dentro de las redes
sociales digitales 20

2. ¿Cómo se aplica? 23

3. Reflexión crítica 27

3.1. Desafíos y limitaciones actuales y futuras
de la inteligencia artificial en las redes sociales 29

Conclusiones 32

Referencias 33

2. Inteligencia Artificial y educomunicación

por Ángel Torres-Toukourmidis;

Franklin Gustavo Santín-Picoita;

Eduardo Henríquez Mendoza 37

Introducción 37

1. ¿Qué dice la literatura científica? 41

2. ¿Cómo se aplica?	43
2.1. Casos de estudio o ejemplos concretos de aplicaciones exitosas de inteligencia artificial en la comunicación.....	45
2.2. Ejemplos y casos relevantes que ilustren la aplicación de la inteligencia artificial en la comunicación.....	46
3. Reflexión crítica	48
Conclusiones.....	52
Referencias.....	54
3. Inteligencia Artificial en la comunicación científica <i>por Sofía E. Calle Pesántez;</i> <i>José Moisés Pallo Chiguano.....</i>	59
Introducción.....	59
1. ¿Qué dice la literatura científica?	61
2. ¿Cómo se aplica?.....	67
2.1. Herramientas y tecnologías de inteligencia artificial en la comunicación científica.....	67
2.2. Casos de estudio sobre el uso de la inteligencia artificial	71
3. Reflexión crítica	73
Conclusiones	75
Referencias.....	78
4. Inteligencia Artificial y comunicación política <i>por Ángel Torres-Toukourmidis; Tatiana León-Alberca;</i> <i>Daniel Javier de la Garza Montemayor.....</i>	83
Introducción.....	83
1. ¿Qué dice la literatura científica?	84
2. ¿Cómo se aplica?.....	87
3. Reflexión crítica.....	91
3.1. Algunos cuestionamientos para el lector.....	95
Conclusiones.....	96
Referencias.....	97

5. Inteligencia Artificial en la comunicación de crisis	
<i>por Diego Vintimilla-León;</i>	
<i>María José Cabrera-Coronel.....</i>	101
<i>Introducción.....</i>	101
<i>1. ¿Qué dice la literatura científica?</i>	102
<i> 1.1. La comunicación mediada por la Tecnología:</i>	
<i> Comunicación de Crisis 4.0</i>	104
<i>2. ¿Cómo se aplica?</i>	106
<i>3. Reflexión crítica</i>	109
<i>Conclusiones.....</i>	113
<i>Referencias.....</i>	114
6. Inteligencia Artificial y la producción audiovisual	
<i>por Mónica Hinojosa Becerra; Isidro Marín Gutiérrez;</i>	
<i>Mónica Maldonado Espinosa</i>	117
<i>Introducción.....</i>	117
<i>1. ¿Qué dice la literatura científica?</i>	118
<i> 1.1. Conceptos claves de la IA en la producción</i>	
<i> audiovisual.....</i>	118
<i> 1.2. Estado actual de la aplicación de la inteligencia</i>	
<i> artificial en la producción audiovisual.....</i>	120
<i>2. ¿Cómo se aplica?</i>	122
<i> 2.1. Las herramientas y tecnologías de IA</i>	
<i> utilizadas en la producción audiovisual</i>	122
<i> 2.2. Ejemplos de aplicaciones exitosas de IA</i>	
<i> en la producción audiovisual.....</i>	125
<i> 2.3. Impactos y beneficios de la IA en la</i>	
<i> producción audiovisual.....</i>	127
<i>3. Reflexión crítica</i>	129
<i> 3.1. Consideración de las implicaciones éticas,</i>	
<i> sociales y legales asociadas al uso de la IA</i>	
<i> en la producción audiovisual.....</i>	129
<i> 3.2. Desafíos y limitaciones actuales y futuras</i>	
<i> de la IA en la producción audiovisual.....</i>	131
<i>Conclusiones.....</i>	133
<i>Referencias.....</i>	136

7. El periodismo deportivo, terreno de vanguardia para la aplicación de la Inteligencia Artificial	
<i>por José Luis Rojas Torrijos; Andrea de Santis</i>	141
<i>Introducción</i>	141
1. <i>Revisión de literatura científica</i>	145
1.1. <i>Periodismo deportivo, un ámbito pionero de aplicación</i>	146
1.2. <i>Labor humana vs. Automatización</i>	150
2. <i>Aplicación a la práctica del periodismo deportivo</i>	153
2.1. <i>Crónicas y visualizaciones de datos automatizados</i>	154
2.2. <i>Nichos informativos y coberturas en tiempo real</i>	155
2.3. <i>Relevancia en las noticias locales</i>	156
2.4. <i>Usos, limitaciones y repercusiones</i>	158
3. <i>Implicaciones éticas y desafíos editoriales</i>	161
<i>Conclusiones</i>	163
<i>Referencias</i>	167