

Algoritmos, IA y automatización en comunicación. Prólogo

Algorithms, AI and automation in communication. Prologue

Raquel Victoria Benítez Rojas | raquel.benitezrojas@humber.ca
Humber College, Media and Creative Arts (Canadá)

Al hablar de Inteligencia Artificial, AI por sus siglas en inglés, podemos evocar escenas futuristas o robóticas, donde una serie de algoritmos creados por el ser humano han avanzado tanto que han tomado el poder haciendo que aquellos que los crearon se conviertan en esclavos de los mismo. Paradojas aparte lo que está claro es que la inteligencia artificial está entre los habitantes del planeta tierra desde mucho antes que imaginamos. Debemos remontarnos a 1940, cuando el británico Alan Turing, decodificó los mensajes del frente enemigo durante la segunda guerra mundial con su Enigma Machine. Desde entonces mucho ha evolucionado este medio.

La definición del parlamento de la Unión Europea cita “la inteligencia artificial es la habilidad de una máquina de presentar las mismas capacidades que los seres humanos, como el razonamiento, el aprendizaje, la creatividad y la capacidad de planear. La IA permite que los sistemas tecnológicos perciban su entorno, se relacionen con él, resuelvan problemas y actúen con un fin específico. La máquina recibe datos (ya preparados o recopilados a través de sus propios sensores, por ejemplo, una cámara), los procesa y responde a ellos. Los sistemas de IA son capaces de adaptar su comportamiento en cierta medida, analizar los efectos de acciones previas y de trabajar de manera autónoma (2021)”.

Lo cierto es que la IA se vuelve ‘más inteligente’ y aprende más rápido cuantos más datos posee y esto ha sido la base del desarrollo de esta, que se puede ver aplicada en diversos campos, como, por ejemplo, en los cinco artículos que componen este monográfico. El lector podrá encontrar como el uso de la IA fue utilizada en

las elecciones brasileñas y se produjo la producción y difusión de información falsa, aunque también se utilizó este mismo tipo de inteligencia para detectar las mismas informaciones deliberadamente falsas, lo cual nos hace preguntarnos sobre estos sistemas y su correcta utilización, acudiendo en este caso a la castellana expresión el pez que se muerde la cola.

Se describirá así mismo en este monográfico como con el sistema de cofinanciación comunitaria *crowdfunding* donde se sistematizará el modo de trabajo para la publicación de un libro, tras el trabajo conjunto de estudiantes en variados contextos. También en esta revista de comunicación se analizará la influencia que ejercen los algoritmos, a través de las plataformas digitales, en la creación de los imaginarios colectivos, donde se hablará de la gobernanza algorítmica, definiendo como las herramientas algorítmicas generan un clima de mayor discriminación de poblaciones históricamente marginalizadas, como es el caso de los refugiados en el escenario europeo.

En otro artículo nos moveremos en uno de los campos donde la presencia de la AI es más obvia, y así basado en un estudio realizado por Rubén Buren en 2019, donde se coloca el foco de atención en la particularización e individualización que otorga a un personaje, o grupo de personajes, la confección de frases, palabras, un determinado uso del habla o un lenguaje ya sea fono articulado, sonoro o escrito, trazando cómo esta mecanización en la construcción de personajes de videojuegos se puede combinar con ChatGPT.

Finalmente, veremos como la industria publicitaria, que forma base de nuestra vida cotidiana, utiliza la inteligencia artificial en las fases de creación y producción publicitaria siendo el objetivo de este trabajo en avanzar en el conocimiento o estado del arte del fenómeno y poner en evidencia mediante un diseño descriptivo algunos de los ejemplos de aplicación que podrían trazar los vectores de actuación en el futuro, del binomio Inteligencia artificial y creatividad publicitaria.

En resumen, el comunicador descubrirá entre estas páginas un abanico de estudios relacionados con la Inteligencia Artificial, que le ayudará a conocer distintos aspectos y utilidades de esta. En muchos casos esta se demostrará de una forma directa, pero en otras se verá como la manipulación de esta nos puede guiar a la desinformación y la justificación de hechos injustificables.

Como nota al ávido lector, he de indicar que este prólogo se ha realizado sin la ayuda de ChatGPT, sino con la ayuda de una inteligencia artificial llamada ordenador, y una inteligencia humana denominada cerebro. Que disfruten de la lectura.

Bibliografía

Parlamento Europeo. (26 marzo, 2021). *¿Qué es la inteligencia artificial y cómo se usa?*
<https://shorturl.at/ALOV1>.



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhcj.es

Cómo citar este texto:

Benítez Rojas, R.V. (2023). Algoritmos, IA y automatización en comunicación. Prólogo, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 14 (2), pp. 387 a 390. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v14i.2049