



**Ciencia Latina**  
Internacional

---

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2024,  
Volumen 8, Número 5.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i5](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5)

**COMUNICACIÓN MEDIADA POR  
COMPUTADORA: LA INTRUSIÓN DE LA  
INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA  
COMUNICACIÓN DIGITAL EN JÓVENES**

**COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION: THE INTRUSION  
OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO DIGITAL  
COMMUNICATION IN YOUNG PEOPLE**

**Jorge Enrique Neme Pinto**  
Universidad Técnica de Oruro, Bolivia

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rem.v8i5.13817](https://doi.org/10.37811/cl_rem.v8i5.13817)

## Comunicación mediada por Computadora: La Intrusión de la Inteligencia Artificial en la Comunicación Digital en Jóvenes

Jorge Enrique Neme Pinto <sup>1</sup>

[pintoneme@gmail.com](mailto:pintoneme@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0001-4285-8705>

Universidad Técnica de Oruro

Bolivia

### RESUMEN

El presente artículo científico tiene como objetivo teorizar la comunicación mediada por computadora (CMC) y analizar cómo la inteligencia artificial se introduce en el proceso de comunicación digital de los jóvenes. La investigación se llevó a cabo con una muestra de estudiantes de primer año del turno diurno de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Técnica de Oruro (UTO) en la ciudad de Oruro, Bolivia. Utilizando encuestas y entrevistas estructuradas, se obtuvo información cuantitativa y cualitativa que evidencia la presencia de la inteligencia artificial en la comunicación digital de los jóvenes, destacando beneficios significativos como la rapidez, eficacia en la investigación y recolección de información. Sin embargo, los estudiantes también señalaron desafíos importantes, como la precisión y fiabilidad de la información proporcionada por los chatbots y la necesidad de habilidades específicas para comunicarse eficazmente con estas herramientas. A pesar de los beneficios identificados, la investigación revela que la inteligencia artificial aún no está completamente integrada en la comunicación de los jóvenes debido al uso limitado que le dan, indicando que aún hay un camino por recorrer para su plena adopción y optimización en la vida comunicacional digital juvenil.

**Palabras claves:** Intrusión, Inteligencia Artificial (IA), comunicación digital, comunicación mediana por computadora (CMC)

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [pintoneme@gmail.com](mailto:pintoneme@gmail.com)

# Computer mediated Communication: The Intrusion of Artificial Intelligence into Digital Communication in Young People

## ABSTRACT

This scientific article aims to theorize computer-mediated communication (CMC) and analyze how artificial intelligence is introduced in the digital communication process of young people. The research was carried out with a sample of first year students of the day shift of the Social Communication Sciences career of the Technical University of Oruro (UTO), in the city of Oruro, Bolivia. Using surveys and structured interviews, quantitative and qualitative information was obtained that evidences the presence of artificial intelligence in the digital communication of young people, highlighting significant benefits such as speed, efficiency in research and information gathering. However, students also pointed out significant challenges, such as the accuracy and reliability of the information provided by chatbots and the need for specific skills to communicate effectively with these tools. Despite the benefits identified, the research reveals that artificial intelligence is not yet fully integrated into youth communication due to the limited use they make of it, indicating that there is still a way to go for its full adoption and optimization in youth digital communicational life.

**Keywords:** Intrusion, Artificial Intelligence (AI), Digital Communication, Computer-Mediated Communication (CMC)

*Artículo recibido 10 agosto 2024*

*Aceptado para publicación: 16 septiembre 2024*



## INTRODUCCIÓN.

La presente investigación, titulada: "**Comunicación Mediada Por Computadora: La Intrusión De La Inteligencia Artificial En La Comunicación Digital En Jóvenes**", se centra en la teoría de la comunicación mediada por computadora (CMC). Esta teoría examina cómo la tecnología facilita la creación de comunidades y transforma los procesos comunicacionales, proporcionando un espacio donde las interacciones humanas se canalizan a través de medios digitales.

En este estudio, se explora cómo la inteligencia artificial se integra en estos canales tecnológicos, alterando la dinámica de la comunicación digital entre los jóvenes. Al analizar el impacto de la IA en la CMC, se busca comprender mejor cómo estas herramientas emergentes están remodelando las relaciones sociales, la formación de comunidades y la manera en que los jóvenes se comunican en el entorno digital actual denominado para Palomino (2023)

Como una época que abarca el inicio de la revolución digital e informática, a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI. Esto ha servido para democratizar el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación, por medio del Internet, y más recientemente, de las redes sociales, lo que ha transformado completamente la manera de interactuar, de aprender y de trabajar de las personas. (p. 3)

En ese sentido esta revolución abarca también la implementación de otras herramientas que se introducen a una comunicación digital, en este caso una inteligencia artificial, como lo menciona (*¿Qué Es la Inteligencia Artificial o IA? | Google Cloud*, s. f.) “ciencia relacionada con la creación de computadoras y máquinas que pueden razonar, aprender y actuar de una manera que normalmente requeriría inteligencia humana o que involucra datos cuya escala excede lo que los humanos pueden analizar.” (p. 4) en ese sentido considerada una ciencia que sirve como herramienta para facilitar y automatizar algunos procesos requeridos por un usuario.

En este contexto, la presente investigación utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener resultados tanto numéricos y estadísticos como interpretaciones relacionadas con los pensamientos, criterios e ideas de los participantes. Basada en el método deductivo, esta investigación teorizó conceptos a partir de las necesidades específicas del estudio. Se aplicaron técnicas metodológicas exhaustivas, destacando las encuestas y las entrevistas estructuradas como principales instrumentos de recolección de datos.



Las encuestas fueron diseñadas para recopilar datos cuantitativos sobre el uso y la percepción de la inteligencia artificial y los chatbots entre los jóvenes, proporcionando una visión general de la frecuencia de uso, los beneficios y los riesgos asociados. Los cuestionarios, distribuidos virtualmente a una muestra representativa, incluyeron preguntas tanto cerradas como abiertas para capturar una amplia variedad de respuestas y perspectivas.

Por otro lado, las entrevistas estructuradas permitieron una exploración cualitativa más profunda, enfocándose en las experiencias y opiniones individuales de los jóvenes respecto a la inteligencia artificial en la comunicación digital. Estas entrevistas abordaron aspectos clave como la utilidad, los desafíos y las implicaciones éticas de estas tecnologías.

La investigación se realizó en la ciudad de Oruro, Bolivia, con una población compuesta por estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Técnica de Oruro (UTO). Para la recolección de datos, se seleccionó específicamente a los estudiantes del primer año del turno diurno de esta carrera, asegurando que la muestra reflejara las experiencias y percepciones de los jóvenes en una etapa temprana de su formación académica en comunicación social.

La investigación tuvo como objetivo general investigar y analizar la influencia de la inteligencia artificial en la comunicación digital de los jóvenes. Para alcanzar este propósito, se establecieron varios objetivos específicos que guiaron el desarrollo del estudio. En primer lugar, se buscó teorizar la comunicación mediada por computadora en relación con las nuevas tecnologías de la información. Este enfoque permitió contextualizar el uso de la inteligencia artificial en el marco de la CMC y entender su papel en la transformación de los canales comunicacionales.

Además, se identificaron los principales beneficios y riesgos asociados con el uso de chatbots en la comunicación digital desde la perspectiva de los jóvenes. Esta exploración fue fundamental para comprender cómo estas herramientas tecnológicas impactan la interacción diaria y la percepción de los usuarios jóvenes. Por último, se expuso el tipo y la frecuencia del empleo de inteligencias artificiales en la comunicación de los jóvenes, proporcionando una visión detallada de cómo estas tecnologías se integran en sus rutinas comunicativas.

## **DESARROLLO**

### **Comunicación Mediada Por Computadora**

Existen enfoques variados sobre el estudio de este fenómeno, sin embargo, el ideal para este estudio es el enfoque que se tiene a la comunicación interpersonal. Dentro también de las nuevas tecnologías en información.

Siguiendo las definiciones, tendríamos que hablar de una Realidad Mediada por Computadora, ya que la comunicación es mediada entre dos o más personas, pero el impacto es real, por lo que más que de una realidad virtual, estaríamos hablando de una Realidad Mediada (por computadora o por la tecnología en general) (Gómez, 2005 p.162).

En ese sentido que la tecnología esta intrínsecamente en este tipo de comunicación, vale decir que hay una dependencia a las nuevas tecnologías en información.

Por otra parte, Gómez (2005) afirma que hay dos visiones acerca de la CMC, una que observa a la tecnología más como una herramienta, como era el teléfono hace algún tiempo (p. 166). Sin embargo, la otra visión es que: “La CMC posee un valor en sí mismo, como espacio social de interacción”.

Es decir, que se crean comunidades a partir de la tecnología. Un ejemplo son los grupos de las diferentes redes sociales, desde el grupo de venta en Facebook al perfil de Tik Tok de un creador de contenido reconocido.

Sin embargo, Gomes (2005) afirmó lo siguiente: En ellas, por lo menos en las primeras, se trató de establecer símiles entre situaciones de la vida real y situaciones en el ciberespacio que dieron lugar a discusiones sobre la correcta aplicación conceptual de términos como: Comunidad, identidad, antropología, etc. que son conceptos que se han desarrollado en ámbitos diferentes y luego han sido usados para establecer analogías con fenómenos que aparecen en la acción comunicativa que se da en el ciberespacio con solo agregarles lo “virtual” o “ciber” como prefijo (p. 6).

En ese sentido hay una divergencia entre lo real y virtual haciendo énfasis en que muy pronto estas diferencias serán cada vez menos visibles con el avanzar de la tecnología.

### **La Comunicación Digital.**

La comunicación siempre ha sido un componente esencial para el desarrollo de nuestra sociedad. Esta cuenta con diversas herramientas como lo menciona el sitio web CEI (2022) “Se utilizan imágenes,



blogs, videos o foros, los cuales suelen gozar de bastante audiencia.” Haciendo una comunicación multimedia que facilita el entendimiento a través de las herramientas mencionadas. Siendo así la (Universidad Europea en Colombia, 2024) menciona que es un “intercambio de información y conocimiento a través de cualquier medio codificado en un formato legible por un dispositivo electrónico” (p. 4), por lo tanto, la tecnología cumple un papel importante en este tipo de comunicación. Epitech Spain (2023) expone la característica principal de una comunicación digital es:

- Que puedes elegir cuándo y con quién quieres comunicarte, incluso si la persona está en otra parte del mundo. Además, aunque la otra persona esté al otro lado del mundo, el mensaje se transmite al instante. Esta velocidad es buena pero mala a la vez. Los mensajes viajan rápido, pero a veces uno escribe cosas de las que luego se puede arrepentir (p. 9).

Nuestra sociedad, enfrentada constantemente a nuevos cambios, se ve influenciada tanto por los medios de comunicación masivos como por las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Sin embargo, existen tipos de comunicación desde la intrapersonal, la que se hace uno así mismo; la comunicación interpersonal, la de un individuo con otro individuo; la comunicación de grupos; hasta la comunicación de masas. Estas formas de comunicación pueden o no ser medianas por la tecnología (Scolari, 2008), cumple un papel importante en nuestra sociedad, pero ya en el último tiempo ha llegado a evolucionar en el sentido de lo tecnológico y a migrar a un entorno digital brindando una serie de beneficios tales como lo indica (Palomino, 2023)

- Aumenta la necesidad de actualizar los conocimientos de manera constante y frecuente.
- Cambia la manera de interactuar, considerando los nuevos paradigmas de la comunicación, desde el aspecto social e individual.
- Surgen nuevos aportes tecnológicos para comunicar, como las nuevas realidades virtuales, los aparatos microelectrónicos, las telecomunicaciones y el desarrollo de software.
- La información y las interacciones tienen nuevas dimensiones comunicacionales, debido a las posibilidades técnicas para establecer contactos.

En ese sentido se puede evidenciar una serie de beneficios los cuales aportan a la comunicación desde innovación de paradigmas hasta nuevas dimensiones comunicacionales.



## Inteligencia Artificial

Este término se llega a introducirse cada vez más en nuestro vocabulario, sin embargo, ya se empleaba desde 1956 con Jhon McCarthy en una conferencia sobre este tema. En ese entonces se percibía utópico que una máquina piense por sí misma, que piense, analice y posteriormente resuelva los problemas que tienen los humanos (Soria, 2022).

En el transcurso de la historia de la IA ha evolucionado por diferentes factores, según el autor Podolny (2015) vincula el crecimiento significativo de la inteligencia artificial con la creciente necesidad de información que caracteriza a la sociedad en la era digital.

En realidad ¿qué es una inteligencia artificial? Para poder definir se acudió a cuatro tipos de definiciones según su actitud, en la siguiente figura podemos observar las definiciones.

Algunas definiciones de inteligencia artificial.

Sistemas que piensan como humanos	Sistemas que piensan racionalmente
<p>«El nuevo y excitante esfuerzo de hacer que los computadores piensen... máquinas con mentes, en el más amplio sentido literal». (Haugeland, 1985)</p> <p>«[La automatización de] actividades que vinculamos con procesos de pensamiento humano, actividades como la toma de decisiones, resolución de problemas, aprendizaje...» (Bellman, 1978)</p>	<p>«El estudio de las facultades mentales mediante el uso de modelos computacionales». (Charniak y McDermott, 1985)</p> <p>«El estudio de los cálculos que hacen posible percibir, razonar y actuar». (Winston, 1992)</p>
Sistemas que actúan como humanos	Sistemas que actúan racionalmente
<p>«El arte de desarrollar máquinas con capacidad para realizar funciones que cuando son realizadas por personas requieren de inteligencia». (Kurzweil, 1990)</p> <p>«El estudio de cómo lograr que los computadores realicen tareas que, por el momento, los humanos hacen mejor». (Rich y Knight, 1991)</p>	<p>«La Inteligencia Computacional es el estudio del diseño de agentes inteligentes». (Poole <i>et al.</i>, 1998)</p> <p>«IA... está relacionada con conductas inteligentes en artefactos». (Nilsson, 1998)</p>

**Nota.** La figura 1, evidencia cuatro definiciones extraídas de Inteligencia Artificial: un enfoque moderno (p. 2), por Russell, 2004, Pearson Educación, S.A. Sin embargo, para el contexto del presente trabajo se tendrá en cuenta la definición de: "Sistemas que piensan como humanos", que refiere a un sistema computacional que piensa y automatiza procesos y toma decisiones a partir de las instrucciones que recibe.

## Chatbots y Asistentes Virtuales

Los "bots", de acuerdo con Ferrara (2016), son robots informáticos que funcionan en línea y de manera remota. No obstante, su nombre varía según la función para la que fueron creados. El término chatbot se refiere a un "sistema de conversación automatizado que interactúa con usuarios humanos utilizando un lenguaje conversacional natural" (Shawar y Atwell, 2005, p. 489).



En ese sentido los “bots” son programas informáticos que operan en línea y de forma remota, también se menciona que estos “bots” pueden tener diferentes nombres según la función específica para la que fueron creados. Por ejemplo, cuando se habla de “chatbots”, se refiere a un tipo particular de “bot” que se especializa en mantener conversaciones con usuarios humanos. Un “chatbot” es un sistema automatizado diseñado para interactuar con las personas mediante un lenguaje conversacional natural, es decir, un lenguaje que simula una conversación humana.

En síntesis, destaca la diversidad de funciones de los “bots” en línea y especifica que los chatbots son una categoría particular de “bots” diseñada para la interacción humana a través de un diálogo natural.

Asimismo, existen tipos de “chatbots” que debido a su emergente evolución han llegado a categorizarse en tres tipos, estos están según el servicio que brindan. Según (Guschat, 2017 como se citó en García, 2018) existe el “chatbot” de ventas, los cuales están dirigidos a la comercialización de productos o servicios de las entidades empresariales que decidieron implementar este tipo de “chatbot”. Los “chatbot” de servicio al cliente, los mismos están destinados a resolver la dudas o inquietudes de los clientes referente a un servicio. Los de noticias y contenido, no hace mucho tiempo se han logrado implementar canales de mensajería instantánea, con el objetivo de masificar el envío de contenido simultáneamente a diferentes canales.

En la actualidad, hay asistentes virtuales con un acceso libre debido a su popularidad y según los dispositivos que se tiene acceso, entre los más populares mencionados por Sánchez (20223) se encuentran:

- **Siri.** Es el asistente virtual de Apple, y está disponible en dispositivos como el iPhone, el iPad y el Mac.
- **Alexa.** Desarrollado por Amazon, Alexa es ampliamente utilizado en los hogares para controlar dispositivos inteligentes, jugar música, proporcionar información y mucho más.
- **Google Assistant.** Este asistente de Google está disponible en teléfonos Android, Google Home y otros dispositivos compatibles.
- **Cortana.** Este es el asistente virtual de Microsoft, disponible en Windows 10 y otros dispositivos de Microsoft. (p. 5)

Los asistentes mencionados realizan tareas, responden preguntas, programan alarmas. Tareas que son simples de pedir y ejecutar.

## **METODOLOGIA**

Una investigación mixta: “El tipo de estudio donde el investigador mezcla o combina técnica de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio” (Johnson y Onwuegbuzie, 2004, como se citó en Pérez, 2011) es decir, es cualitativa, pero también cuantitativa, ya que se obtuvo resultados números, estadísticos como también resultados que tienen relación directa con el ser, pensamientos, criterios, ideas y demás de los sujetos de investigación.

### **Método**

La presente investigación está basada en el método deductivo (Decoo, 1996, cómo se citó en Suárez, 2021) explica que el método deductivo es aquel en el que el proceso de aprendizaje se mueve de lo más general a lo más específico.

ya que se teorizó conceptos en base a las necesidades de la misma

### **Técnicas**

Para llevar a cabo esta investigación sobre CMC. La intrusión de la inteligencia artificial en la comunicación digital en jóvenes, se aplicaron diversas técnicas metodológicas que permitieron recopilar y analizar datos de manera exhaustiva. En particular, se utilizaron encuestas y entrevistas estructuradas como instrumentos principales para obtener una comprensión profunda de los fenómenos estudiados.

### **Encuestas**

Las encuestas fueron diseñadas para recopilar datos cuantitativos sobre el uso y la percepción de la inteligencia artificial y los “chatbots” entre los jóvenes. Este método permitió obtener una visión general de la frecuencia de uso, los beneficios y los riesgos asociados con estas tecnologías en la comunicación digital. Se distribuyeron cuestionarios virtuales a una muestra representativa, incluyendo preguntas tanto cerradas como abiertas para capturar una variedad de respuestas y perspectivas.

### **Entrevistas Estructuradas**



Las entrevistas estructuradas se utilizaron para profundizar en las experiencias y opiniones individuales de los participantes respecto a la inteligencia artificial en la comunicación digital. A través de este método cualitativo, se pudo explorar más detalladamente cómo los jóvenes perciben y utilizan estas tecnologías en su vida diaria. Las entrevistas siguieron un conjunto de preguntas predefinidas que abordaban aspectos clave como la utilidad, los desafíos y las implicaciones éticas de la inteligencia artificial en la comunicación.

### **Población y Muestra**

En el trabajo titulado "CMC: La intrusión de la inteligencia artificial en la comunicación digital en jóvenes", la investigación se llevó a cabo en la ciudad de Oruro. La elección de esta ubicación permitió un análisis específico y contextualizado de la influencia de la inteligencia artificial en la comunicación digital de los jóvenes de esta región.

#### **Población**

La población en este trabajo de investigación estuvo constituida por los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Técnica de Oruro (UTO), ubicada en el municipio de Oruro, Bolivia. Esta población incluye a todos los estudiantes matriculados en los distintos niveles de la carrera, proporcionando un contexto académico y social relevante para el estudio de la comunicación digital y la influencia de la inteligencia artificial entre los jóvenes.

#### **Muestra**

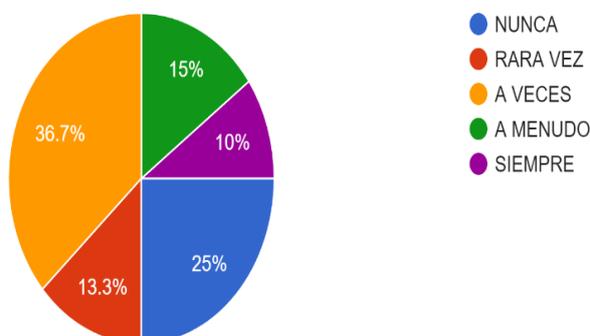
Para la recolección de datos, se seleccionó una muestra específica del curso de primer año en el turno diurno de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UTO. Esta muestra no probabilística fue elegida debido a su accesibilidad y representatividad dentro del contexto académico, asegurando que los datos recogidos reflejaran las experiencias y percepciones de los jóvenes en una etapa temprana de su formación en comunicación social.

## Gráfico N°1

### Frecuencia que los jóvenes utilizan Chatbots en sus aplicaciones de mensajería o redes sociales

¿Con qué frecuencia utilizas chatbots en tus aplicaciones de mensajería o redes sociales?

60 respuestas



## Interpretación

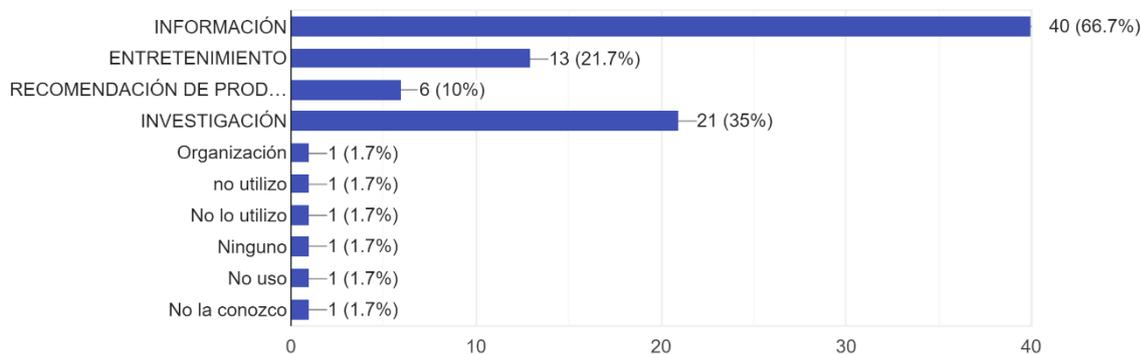
En el presente gráfico se puede observar que de los 60 encuestados un 36.7% señala que utilizan “chatbots” “a veces” al momento de manejar sus aplicaciones, asimismo un 25% indica que “nunca” lo usa, por otro lado, el 15% “a menudo”, el 13.3% “rara vez” y el 10% resalta que “siempre” está presente los “chatbots” al momento de utilizar aplicaciones.

## Gráfico N°2

### Actividades que realizan los jóvenes empleando “Chatbots”

¿Para qué actividades usas principalmente los chatbots? (Selecciona todas las que apliquen)

60 respuestas



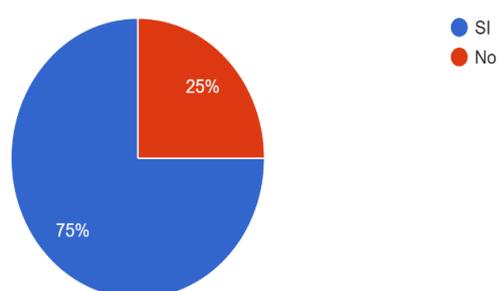
Este gráfico demuestra que el 66.7% de los encuestados indican que su principal actividad del empleo de los “chatbots” es la de buscar información; mientras que el 35% investiga con esta herramienta; asimismo el 21.7% para entretenerse; por otro lado, para la recomendación de productos un 6%; realizar la respuesta del 1.7% indica el empleo para organizarse y el resto de la muestra señala no conocer estos “chatbots”.

### Gráfico N°3

#### Conocimiento de aplicaciones que emplean Inteligencia Artificial para mejorar la comunicación en jóvenes

¿Conoces o has utilizado alguna aplicación que emplee inteligencia artificial para mejorar la comunicación?

60 respuestas



#### Interpretación

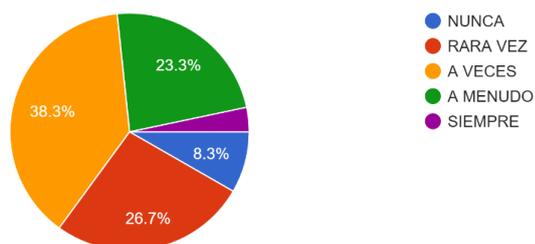
De las 60 personas encuestadas un 75% si conoce y utiliza aplicaciones que emplean inteligencia artificial para mejorar su comunicación, mientras que un 25% no.

### Gráfico N°4

#### Frecuencia con la que Interactúan los Jóvenes con Inteligencia Artificial en su vida diaria

¿Cómo evalúas la frecuencia con la que interactúas con inteligencias artificiales en tu vida diaria?

60 respuestas



En el presente gráfico señala la frecuencia de interacción con inteligencias artificiales, donde el 38.3% indica “a veces”; mientras que un 26.7% “rara vez” asimismo un 23,3% “a menudo” y el restante de 3.4 “siempre”.

### **Principales Beneficios De Usar “Chatbots” En La Comunicación Digital**

Los estudiantes de primer año de la carrera de Comunicación Social indican que los principales beneficios de usar “chatbots” en la comunicación digital son: La rapidez, la utilidad para recabar información de manera resumida.

Así lo indica el estudiante A.N **“Facilita el trabajo. Es rápido y útil”**.

### **Riesgos O Problemas Enfrentados Al Interactuar Con “Chatbots”**

Los principales riesgos o problemas que enfrentan los estudiantes son el ruido semántico que existe al interactuar con un “chatbot”, siendo así el resultado una información errónea al no coincidir con las preguntas brindadas por el usuario de esta tecnología.

Esto lo menciona el estudiante G. M. **“La forma en la que preguntas, o sea tienen que ser preguntan bien concisas si quieres la respuesta que buscas”**.

### **Aplicaciones De Ia Utilizadas Con Más Frecuencia**

Las aplicaciones mencionadas por los entrevistados, se puede evidenciar que una gran mayoría utiliza la aplicación de chat GPT, asimismo también mencionan que usan otras aplicaciones como: Asistente Google, Siri, Tigo Money, generador de logos, AI meta y yape.

### **Como Afectará El Uso De Inteligencia Artificial La Calidad De La Comunicación Digital Entre Los Jóvenes**

Dentro de los estudiantes de primer año de la carrera de Comunicación Social, una gran parte consideran que la inteligencia artificial afecta a la calidad de la comunicación entre jóvenes de manera negativa ya que creen que se perderá la interacción entre personas además que hará que la capacidad que tienen las personas de realizar actividades como investigación, redactar, informar, entre otros, será en un futuro completamente nula y limitada porque solo se recurriría a la facilidad de la inteligencia artificial antes que a nuestras propias habilidades cognitivas. Generando una dependencia a la IA.

Así lo indica J.C **“Las personas podríamos confiarnos de más de la IA para realizar tareas, investigaciones, escribir mensajes, tanto que nos confirmamos de más sin verificar si la**



**información es verídica, aparte que quizá ingresamos a un estado mayor de procrastinación en nuestros deberes, así mismo no seríamos totalmente parte de ellas porque podríamos llegar a pensar que la IA hará todo por nosotros y en un corto tiempo”.**

El estudiante E.F también opina que: **“Que los volvamos más dependientes de la IA y no hacer o investigar por nosotros mismos”**

Por otro lado, algunos de los estudiantes señalan que será de gran beneficio porque romperá barreras de comunicaciones al ser accesible tanto para todas las personas del mundo.

Así lo menciona A.A **“Sin duda para bien, facilitando la vida de los jóvenes. Es importante que los jóvenes constantemente se adapten a los cambios tecnológicos, pero siempre recordando que la IA es una herramienta, como lo es una picota, pala, etc. Jamás la IA debe eliminar la esencia humana”.**

La presente investigación ha demostrado que la inteligencia artificial es una herramienta avanzada capaz de automatizar actividades, procesos y tomar decisiones basadas en las instrucciones recibidas. A través de este estudio, se ha observado que la inteligencia artificial no solo optimiza y agiliza diversas tareas, sino que también introduce un nivel de autonomía en la toma de decisiones, lo cual puede tener implicaciones significativas en la eficiencia y efectividad de los sistemas de comunicación digital utilizados por los jóvenes.

Además, se ha identificado que la inteligencia artificial juega un papel crucial en la mejora de la experiencia del usuario al proporcionar respuestas rápidas y precisas, personalizando la interacción y facilitando el acceso a la información. Sin embargo, también se han señalado algunos desafíos, como los riesgos relacionados con la privacidad y la posibilidad de generar desinformación.

Asimismo, se ha teorizado que la comunicación mediada por computadora (CMC) actúa esencialmente como el canal en el proceso comunicacional, integrándose como una herramienta clave dentro de las nuevas tecnologías de la información. Este estudio ha revelado que la CMC no solo facilita la transmisión de mensajes, sino que también se configura como un espacio social de interacción, permitiendo la creación de nuevas comunidades en entornos digitales.

En este contexto, la CMC se presenta como un elemento fundamental que transforma la dinámica de las interacciones sociales, ofreciendo plataformas donde los individuos pueden conectarse, compartir y



colaborar de maneras inéditas. Esta capacidad de formar comunidades digitales amplía las posibilidades de interacción y cohesión social, demostrando el impacto significativo de la CMC en la vida cotidiana y en la estructura social contemporánea.

Se pudo identificar que los estudiantes de primer año de la carrera de Comunicación Social destacan varios beneficios clave en el uso de “chatbots” en la comunicación digital. Entre estos beneficios, mencionan la rapidez en las respuestas, la utilidad para recabar información de manera resumida y una mayor efectividad en los resultados obtenidos. Estos hallazgos subrayan la percepción positiva de los “chatbots” como herramientas que optimizan la eficiencia y la calidad de la comunicación digital.

También se pudo exponer que, en la actualidad, los jóvenes aún no están completamente inmersos en el uso de esta tecnología, ya que no la utilizan con frecuencia. Este hallazgo indica una adopción limitada de estas herramientas digitales entre los jóvenes, sugiriendo la necesidad de una mayor difusión y educación sobre los beneficios y aplicaciones prácticas de la inteligencia artificial en la comunicación digital.

## **DISCUSIÓN**

Con base a la información planteada anteriormente, se realizó una comparación con los resultados obtenidos, determinando que la intrusión de la inteligencia artificial (IA) en la comunicación digital en jóvenes, es una realidad ya que este sector de la población acepta el papel fundamental y crucial que cumple la inteligencia artificial en las nuevas tecnologías a la que ellos están sujetos, reconociendo los beneficios que aporta a la hora de realizar cualquier actividad relacionada a la comunicación.

No obstante, este artículo discrepa con otros estudios, aunque los jóvenes si conocen los beneficios que se tiene de la inteligencia artificial no están totalmente inmersos en su uso, por diferentes factores como la falta de conocimientos de utilidad y frecuencia de uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación en su vida diaria.

Se sugiere que los futuros investigadores planteen estrategias para incluir con más intensidad a la inteligencia artificial en la comunicación digital de los jóvenes, para que este sector tenga un mejor provecho de uso y haya un desarrollo comunicación.

## CONCLUSIONES

La presente investigación ha demostrado que la inteligencia artificial es una herramienta avanzada capaz de automatizar actividades, procesos y tomar decisiones basadas en las instrucciones recibidas. A través de este estudio, se ha observado que la inteligencia artificial no solo optimiza y agiliza diversas tareas, sino que también introduce un nivel de autonomía en la toma de decisiones, lo cual puede tener implicaciones significativas en la eficiencia y efectividad de los sistemas de comunicación digital utilizados por los jóvenes.

Además, se ha identificado que la inteligencia artificial juega un papel crucial en la mejora de la experiencia del usuario al proporcionar respuestas rápidas y precisas, personalizando la interacción y facilitando el acceso a la información. Sin embargo, también se han señalado algunos desafíos, como los riesgos relacionados con la privacidad y la posibilidad de generar desinformación.

Asimismo, se ha teorizado que la comunicación mediada por computadora (CMC) actúa esencialmente como el canal en el proceso comunicacional, integrándose como una herramienta clave dentro de las nuevas tecnologías de la información. Este estudio ha revelado que la CMC no solo facilita la transmisión de mensajes, sino que también se configura como un espacio social de interacción, permitiendo la creación de nuevas comunidades en entornos digitales.

En este contexto, la CMC se presenta como un elemento fundamental que transforma la dinámica de las interacciones sociales, ofreciendo plataformas donde los individuos pueden conectarse, compartir y colaborar de maneras inéditas. Esta capacidad de formar comunidades digitales amplía las posibilidades de interacción y cohesión social, demostrando el impacto significativo de la CMC en la vida cotidiana y en la estructura social contemporánea.

Se pudo identificar que los estudiantes de primer año de la carrera de Comunicación Social destacan varios beneficios clave en el uso de “chatbots” en la comunicación digital. Entre estos beneficios, mencionan la rapidez en las respuestas, la utilidad para recabar información de manera resumida y una mayor efectividad en los resultados obtenidos. Estos hallazgos subrayan la percepción positiva de los “chatbots” como herramientas que optimizan la eficiencia y la calidad de la comunicación digital.

También se pudo exponer que, en la actualidad, los jóvenes aún no están completamente inmersos en el uso de esta tecnología, ya que no la utilizan con frecuencia. Este hallazgo indica una adopción limitada



de estas herramientas digitales entre los jóvenes, sugiriendo la necesidad de una mayor difusión y educación sobre los beneficios y aplicaciones prácticas de la inteligencia artificial en la comunicación digital.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

García-Reina, L. F. (2018). Asistente virtual de tipo ChatBot.

Gómez Cruz, E., Arvizu Requena, C., & Galindo Núñez, A. C. (2005). Apuntes sobre la realidad como marco teórico para el estudio de la Comunicación Mediada por Computadora. *Andamios*, 2(3), 159-174.

Gómez, E., & Galindo, A. (2005). Los estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una revisión y algunos apuntes. *Razón y Palabra*, (44).

MarcosNew. (2022, 21 diciembre). ¿Qué es la comunicación digital? *CEI: Escuela de Diseño y Marketing*. <https://cei.es/que-es-la-comunicacion-digital/>

Palmero Suárez, S. (2021). La enseñanza del componente gramatical: El método deductivo e inductivo, Palomino, K. (2022, 5 junio). ¿Cuál es la importancia de la comunicación en la era digital? - Southern New Hampshire University. SNHU. <https://es.snhu.edu/blog/importancia-de-la-comunicacion-en-la-era-digital>

Pérez, Z. P. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista electrónica educare*, 15(1), 15-29

Podolny, S. (2015, marzo 7). If an algorithm wrote this, how would you even know? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2015/03/08/opinion/sunday/if-an-algorithm-wrote-this-how-would-you-even-know.html>

Russell, S. J., & Norvig, P. (2004). *Inteligencia Artificial: un enfoque moderno*.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.

Shawar, A., & Atwell, E. (2005). Uso de corpus en sistemas de chatbot de aprendizaje automático. *Revista Internacional de Lingüística de Corpus*, 10(4), 489–516.

Soria, E., Rodríguez, P., García, Q., Vaquer, F., Vicent, J., & Vila, J. (2022). *Inteligencia artificial*. Rama Editorial.



Universidad Europea en Colombia. (2024, 24 abril). *CO - ¿Qué es la comunicación digital?* Universidad Europea Colombia. <https://colombia.universidadeuropea.com/blog/comunicacion-digital/>

Epitech Spain. (2023, 9 marzo). *Comunicación digital: ¿Qué es? Concepto y características.* <https://www.epitech-it.es/comunicacion-digital/>

