

Jornada de Comunicaciones de SLEP:
“Trabajo en red para el fortalecimiento del Sistema”

Desafíos de la Inteligencia Artificial en las Comunicaciones

Panorama actual, usos, riesgos
y posibles futuros



Adrián Villegas Dianta
Universidad de Las Américas



27 de agosto 2026



Ruta de trabajo



1. Panorama actual

2. Usos de la inteligencia artificial

3. Desafíos y riesgos

4. El futuro de las comunicaciones

5. Reflexiones finales

1.



PANORAMA ACTUAL

Un vistazo al presente de la
inteligencia artificial en las
comunicaciones



La segunda disrupción

El periodismo ganó la transformación digital;
ahora enfrenta una nueva crisis.

1 ¿DÓNDE SE LEE LA NOTICIA?



54%

accede a noticias
vía redes y videos.



51%

utiliza sitios
propios de medios.

(Edelman, 2026)



La IA entra al escenario:

IA, plataformas y
creados independientes
se suman a la disputa
por la atención.

2 ¿EN QUIÉN CONFÍAN?



37%

Confianza global
en las noticias
(Mínimo histórico).

(Infoperiodistas, 2026)



La pregunta ya no es dónde se lee la noticia,
sino quién controla el acceso a la información.



Tres lentes para entender la **IA** en comunicación

1

La Brecha Semántica

IA y distancia con significado humano

2

Comunicación Humano-Máquina (HMC)

La IA como actor comunicacional

3

El Estándar UNESCO (Human-in-the-Loop)

Supervisión humana para confianza



Repensar al emisor: Cuando la IA 'habla'



EMISOR

Comunicación Humano-Máquina (HMC)

La IA que genera contenido deja de ser un instrumento pasivo para convertirse en un actor comunicacional.



La fuente,
la credibilidad
y la intencionalidad
deben redefinirse.



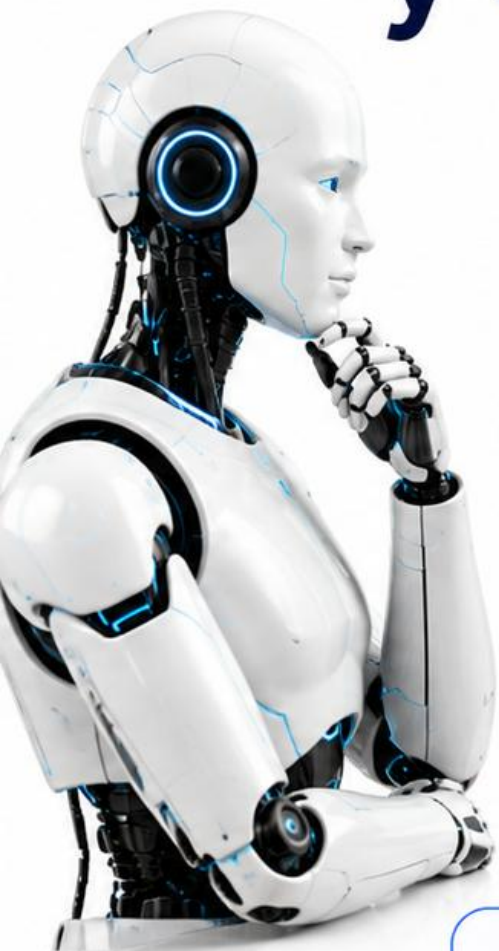
RECEPTOR

La confianza del público cambia drásticamente según sepa —o no— que hubo intervención algorítmica.



Cuando la IA 'habla', la audiencia reacciona distinto según sepa quién —o qué— le está hablando.

La brecha semántica y el límite de la automatización



**Datos, Cifras,
Sintaxis**

VS



**Contexto, Ironía,
Cultura Local**



El periodismo
automatizado genera
textos a partir de
datos estructurados.



Los sistemas no
procesan con
fiabilidad la
información implícita.



El criterio
periodístico que
ninguna máquina
puede reemplazar.



Conclusión: En la brecha semántica se juega buena parte del criterio periodístico.

¿Qué espera el público de la IA en las noticias?



12%

se siente cómodo con noticias hechas enteramente por IA.



21%

se siente cómodo si hay supervisión humana explícita.

(Reuters Institute, 2025)



Beneficios esperados –
El Público asume que la IA...



Abaratará
los procesos.



Actualizará las
noticias más rápido.



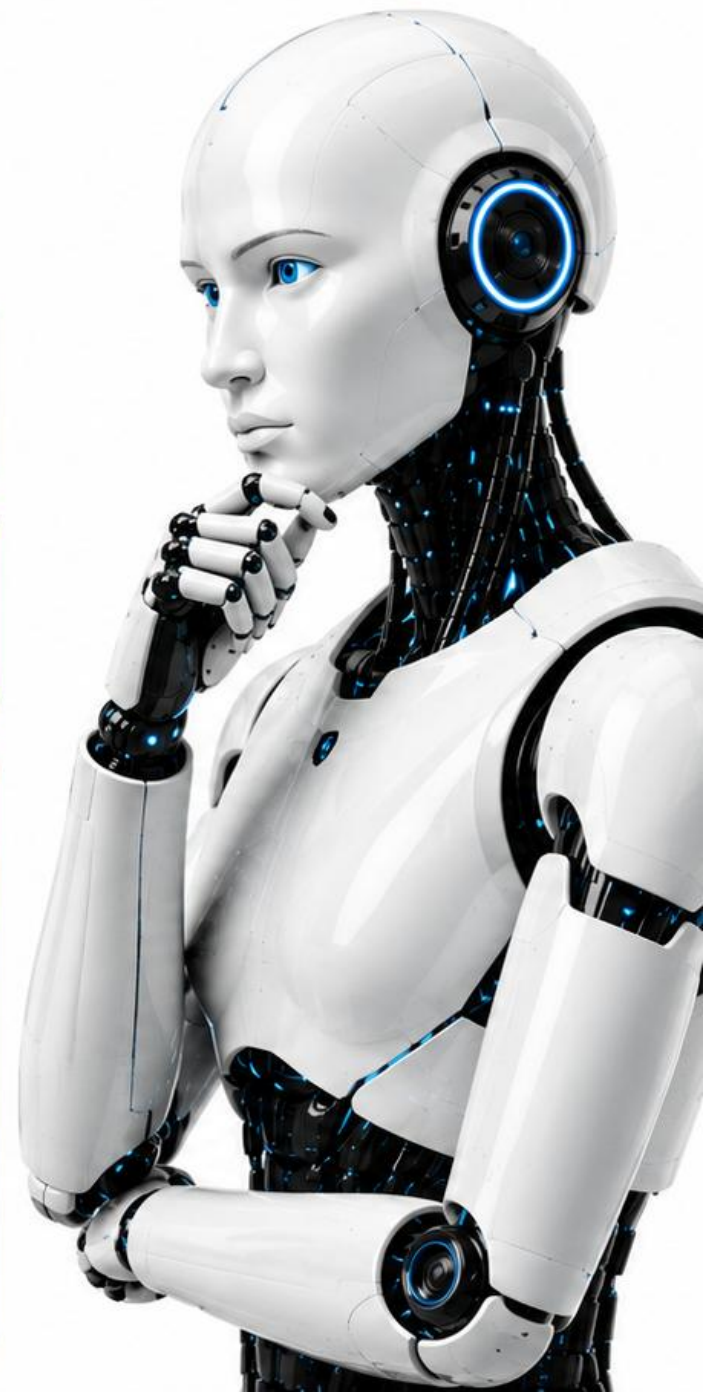
Riesgos percibidos –
El Público teme que la IA las vuelva...



Menos
transparentes.



Menos
confiables.



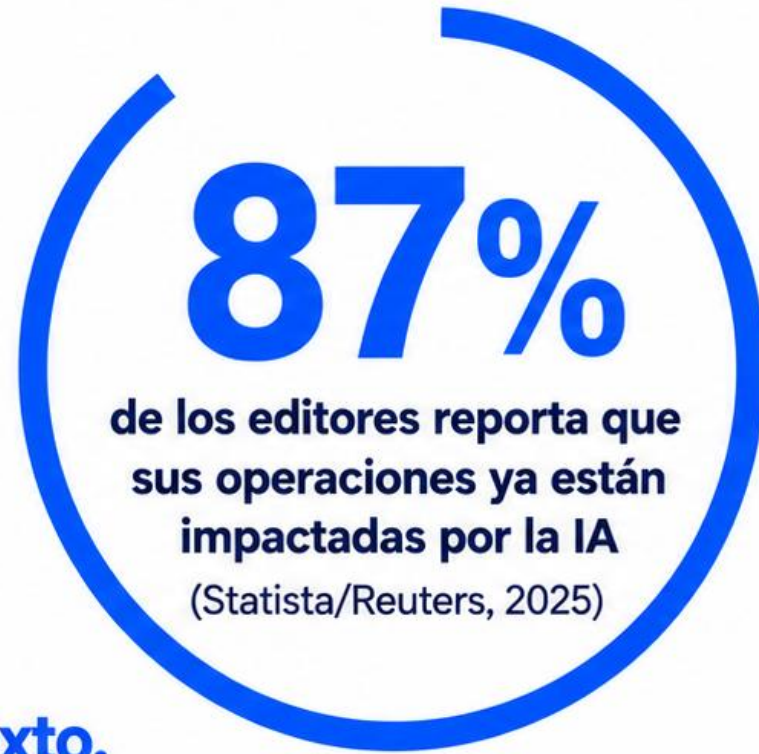
El tsunami generativo en las redacciones globales



1 ¿DÓNDE SE LEE LA NOTICIA?

63%

ve el mayor potencial en la **generación automática de texto.**



2 ¿EN QUIÉN CONFÍAN?

37%

Confianza global en las noticias
(Mínimo histórico).

80% de 105 redacciones en 46 países espera un uso creciente

(JournalismAI, 2023)

La adopción tecnológica avanza más rápido que la certeza sobre **cómo hacerlo bien.**

Ritmos desiguales: La realidad del periodista frente a la máquina



Reino Unido

Adopción Activa

11%

usa IA a diario.

16% Ideas y titulares

12% Verificación

10% Primeros borradores

Australia

Resistencia y Temor

63%

aún no ha usado
herramientas de IA.

88% expresa preocupación por
la integridad periodística

16% reporta pérdida de
empleos vinculada a la IA

**No existe “el periodista promedio” frente a la IA:
la experiencia depende radicalmente del país,
el medio y la generación.**

Chile: Liderazgo Tecnológico, Brecha de Alfabetización

76%

Chilenos que ya
declaran usar
herramientas de IA

(Barómetro Digital 2025-2026).

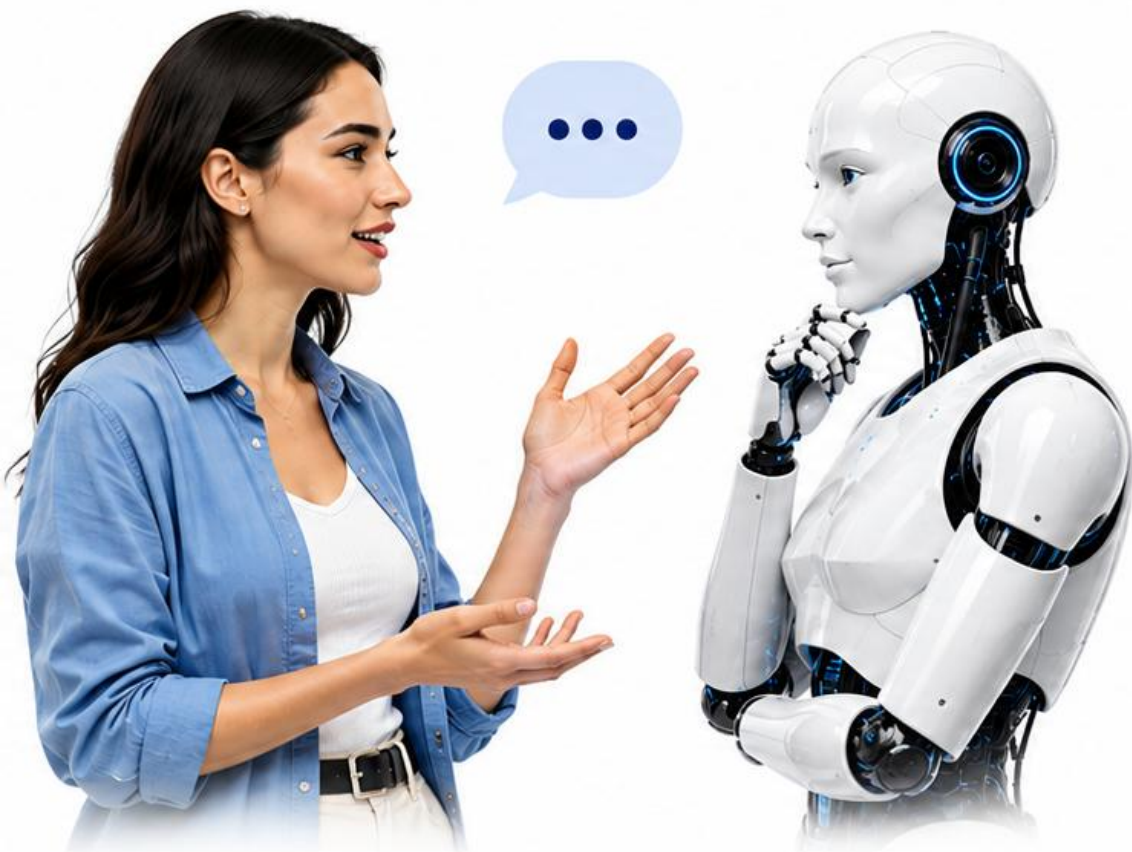
59%

Ciudadanos que
reconocen **NO** saber
identificar sesgos o
errores algorítmicos.

➤ La mitad de la fuerza laboral chilena tiene potencial para mejorar su productividad un **30% con IA (CENIA)**, pero el vacío en alfabetización crítica es severo.



Las Audiencias Chilenas frente al Periodismo Artificial



59.1%

declara **no estar dispuesto**
a consumir noticias
generadas por IA.
(PUCV, 2024).

57.7%

cree que el uso de IA
aumentará la producción
de **noticias falsas**.

67.8%

no cree que mejore
la credibilidad de
los medios.

La credibilidad de una noticia verificada por profesionales humanos
es casi **el doble** que la verificada únicamente por IA (Mauri de los Ríos et al., 2025).
El factor humano es el principal activo de confianza.

La Paradoja de la Audiencia Chilena

USO Y
ENTUSIASMO



“

Familiaridad
tecnológica
no equivale a
confianza editorial.

El público acepta
la IA como
herramienta,
pero la **rechaza**
como **autor**.

”



RECHAZO
PERIODÍSTICO



Realidad Empresarial: Una Lección de Alfabetización de Datos

El Enfoque de Red Amplia



Estudio:
Entel Digital / CENIA (2026)

>80% de adopción
en grandes empresas.

Definición Operacional:
Uso superficial o experimental
(ej. empleados que han probado
ChatGPT alguna vez).

El Enfoque de Raíces Profundas



Estudio:
SONDA Tech Trends (2025)

15,8% de adopción
activa.

Definición Operacional:
Proyectos productivos escalados
e integrados directamente en el
flujo de valor de la empresa.

**La métrica lo es todo. Para el periodismo riguroso,
la definición metodológica de 'usar IA' cambia
radicalmente el titular de la noticia.**



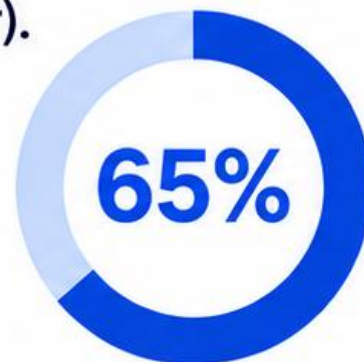
El éxito de la IA editorial depende tanto de la **escala automatizada** como de la **transparencia humana**



Caso Local: BioBioChile

Transparencia y Confianza

- **Estrategia:** Divulgación explícita (Resumen generado con IA y revisado por el autor).



Medio más confiable de Chile (solo 13% de desconfianza)

Propósito: Proteger la credibilidad mediante supervisión humana declarada.

Propósito: Proteger la credibilidad mediante generado.

2.



USOS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Cómo la IA ya está transformando
las comunicaciones en múltiples
ámbitos y formatos



Fase 1: Investigación y procesamiento de grandes datos



Google Pinpoint:

Análisis de miles de documentos simultáneos, cruce de correos e imágenes mediante detección de entidades.



Perplexity AI:

Búsqueda avanzada en tiempo real obligando a la citación estricta de fuentes.

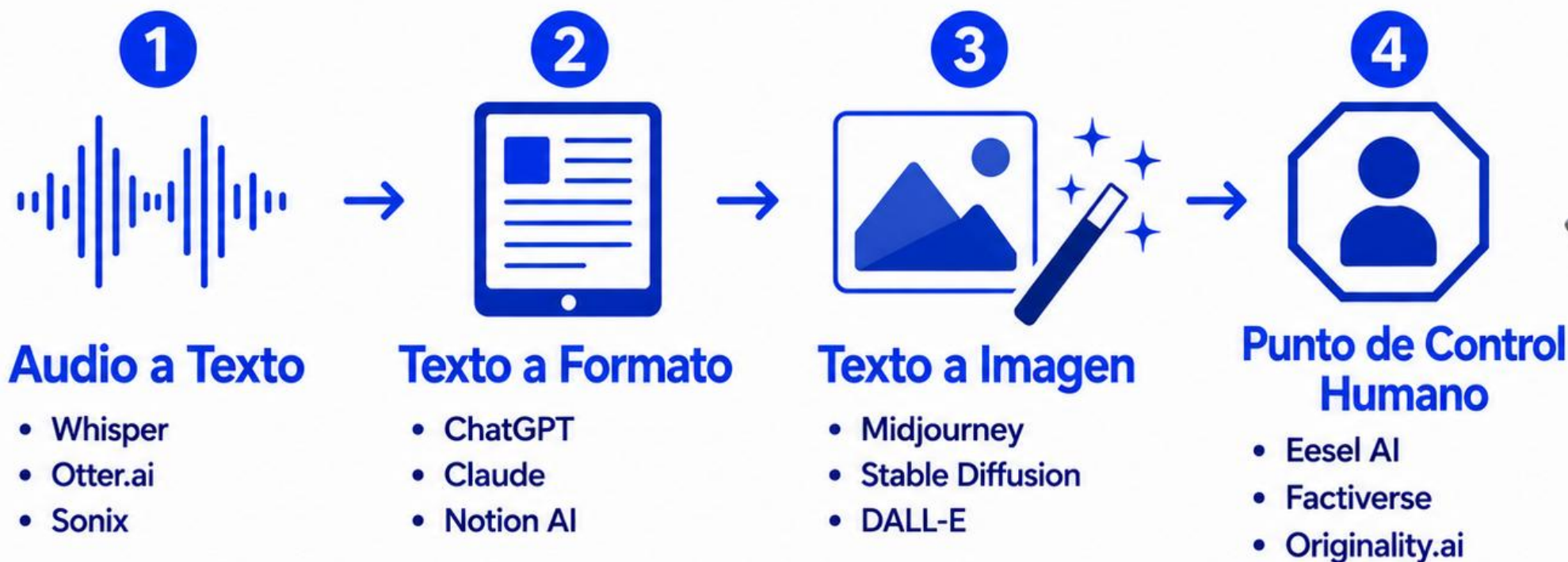


NotebookLM:

Consultas precisas en lenguaje natural directamente sobre bases de datos extensas o informes cerrados.

Fase 2: Producción acelerada y el límite editorial

Una Lección de Alfabetización de Datos



La IA revoluciona la velocidad de ensamblaje, pero la responsabilidad de lo publicado sigue siendo **100% humana**.



Fase 3: Verificación algorítmica frente a la manipulación

Análisis Forense (Reality Defender)

Identifica contenidos sintéticos o manipulados en audios, videos e imágenes.

Verificación de Origen y Contexto (DMINR)

Rastrea el origen y valida la información mediante cruce de datos y registros.

Regla de Oro

La verificación final se basa siempre en fuentes primarias y juicio humano.

Detección de Desinformación

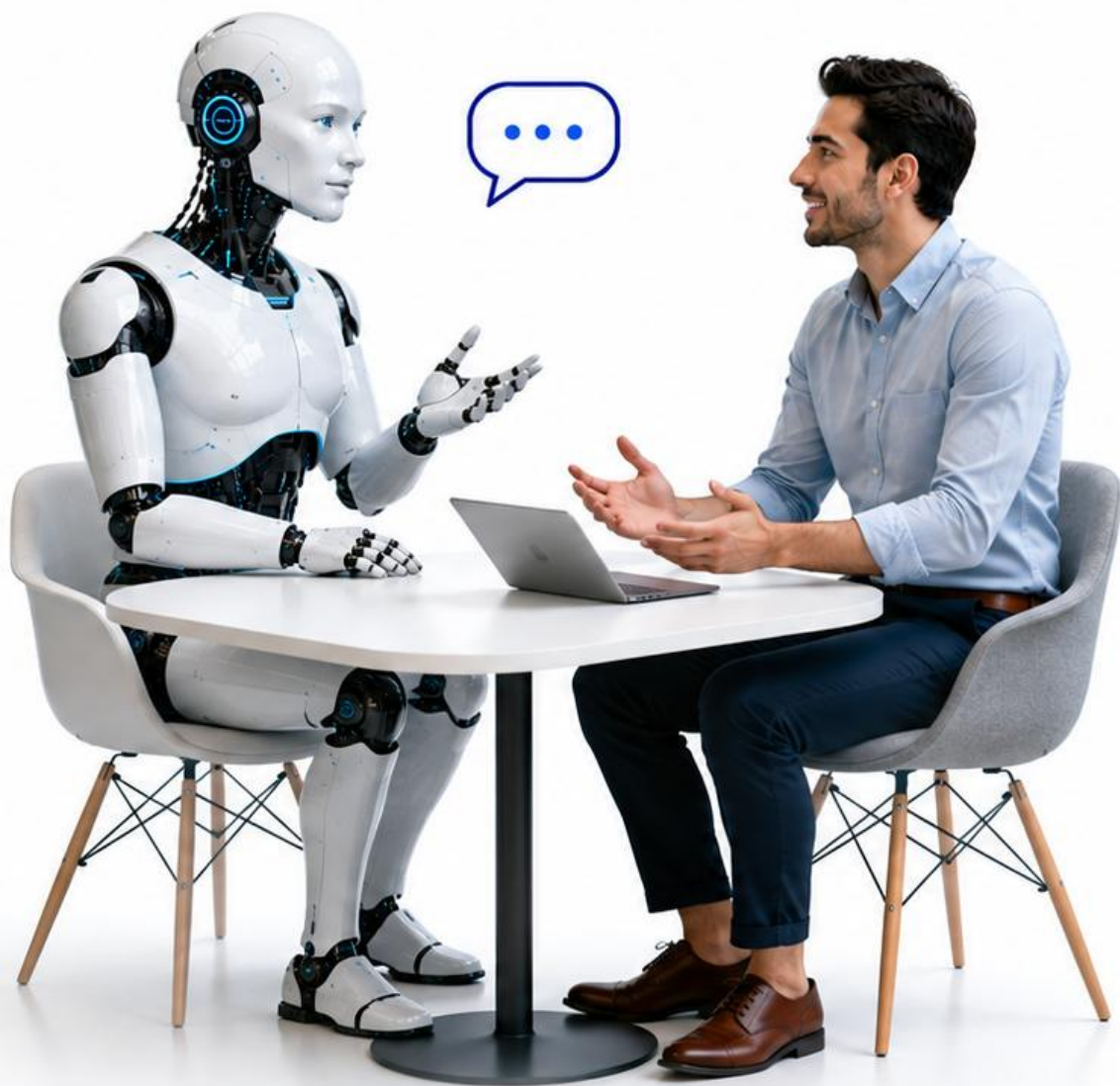
Evalúa señales de desinformación, patrones de difusión y verifica con fuentes confiables.



La IA es la única forma de igualar la velocidad a la que se propaga lo falso; pero **jamás reemplaza el juicio de quien decide** qué se publica.



Apoyo de la **IA** en comunicación



Investigación



Redacción
Asistida



Personalización



Verificación



Multimedia



Transcripción /
Traducción

3.

EL FUTURO DE LAS COMUNICACIONES

Tendencias emergentes y oportunidades
que están redefiniendo la forma en que
nos conectamos



Desinformación vs. Verificación



Elecciones Canadá:
5.86% de imágenes electorales fueron **deepfakes**.



Colombia: fraude de identidad con **deepfakes** se **triplicó** en un año.



62% de preocupación global por **desinformación**.



Ninguna redacción puede permitirse verificar datos más lento de lo que el contenido falso se propaga.

4.

REFLEXIONES FINALES

Aprendizajes clave y consideraciones
para avanzar hacia comunicaciones
más inteligentes, éticas y humanas



Proyección al 2030: De Tareas a Agentes Autónomos

El investigador David Caswell anticipa un salto cualitativo en la automatización de los flujos de trabajo.



Step 1: 2024 – Tareas Aisladas

- Titulares, transcripciones, resúmenes.
- La IA funciona como una herramienta fragmentada.



Step 3: 2030 – Ecosistema Híbrido

- Coexistencia entre sistemas autónomos y roles periódicos redefinidos (Auditor de algoritmos, Especialista en ética, Analista de datos masivos).



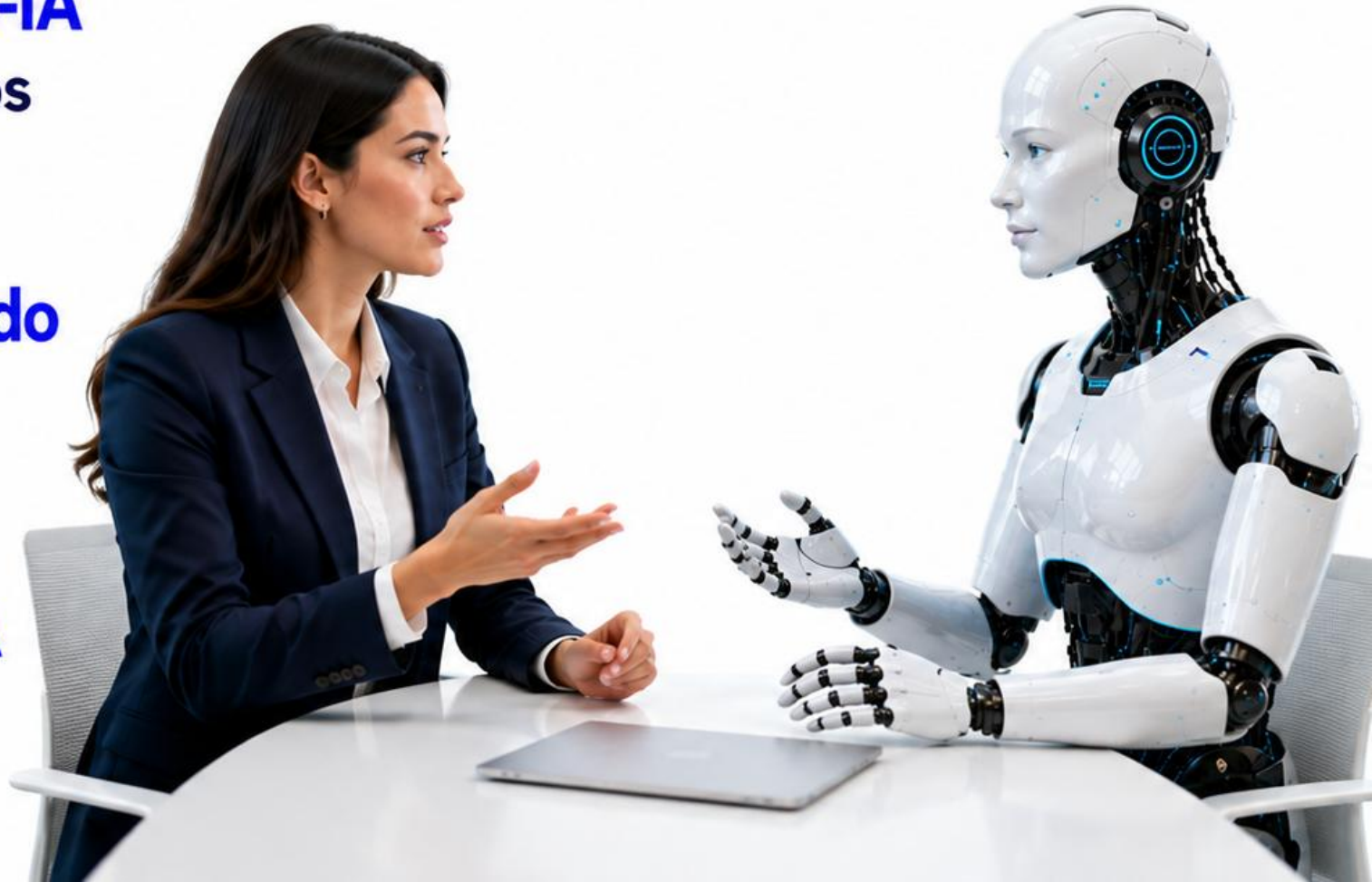
Step 2: 2026 – Answer Engines y Agentes

- La IA investiga, cruza datos y mantiene piezas actualizadas.
- Impacto financiero: Se proyecta una caída de hasta un **40%** en el tráfico de referencia desde buscadores tradicionales (Reuters 2026).



El Horizonte 2030: Hibridación y Distintividad

- 1 El Periodista de Datos-IA**
Interroga datos masivos
en lenguaje natural.
- 2 El Fact-Checker Asistido**
Detecta deepfakes
en tiempo real.
- 3 El Especialista en Ética IA**
Vela por la transparencia
algorítmica y la privacidad.



5.



REFLEXIONES FINALES

Ideas clave para cerrar el análisis
y avanzar hacia un futuro de
comunicaciones más consciente,
responsable y centrado en las personas.



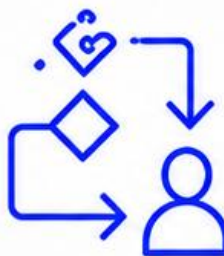
Conclusiones



**La Transparencia
es Estrategia,
no solo Ética.**

Usar IA sin transparencia debilita la confianza y la credibilidad.

1



**Rediseñar Flujos,
no solo Tareas.**

La desinformación exige verificación humana ágil, no solo más IA.

2



**Alfabetización es el
Desafío Silencioso.**

La mayoría no detecta sesgos algorítmicos; la educación es clave.

3



**Competir con
Distintividad
Editorial.**

El valor está en el análisis profundo y original que la máquina no puede replicar.

4



Transformación, no sustitución

1. La IA es una transformación estructural, no una sustitución.

2. La transparencia algorítmica es clave para retener credibilidad.

3. El criterio editorial y la responsabilidad ética son activos inimitables.



Acceder a más información



<http://adrianvillegasd.com/avd/impactoiacomunicacion2026/index.html>



Jornada de Comunicaciones de SLEP:
“Trabajo en red para el fortalecimiento del Sistema”

Desafíos de la Inteligencia Artificial en las Comunicaciones

Panorama actual, usos, riesgos
y posibles futuros



Adrián Villegas Dianta
Universidad de Las Américas



27 de agosto 2026

