

# **COMUNICACIÓN, ÉTICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: DESAFÍOS PARA LA ERA DIGITAL**

Michelle Arias Sinchi  
Alex Estrada García  
Kelly Loaiza Sánchez  
Diego Apolo Buenaño

Los diferentes procesos comunicacionales en la era digital han marcado transformaciones relevantes para las sociedades. Es así como la comunicación y la ética han sido aristas que se han puesto sobre la mesa con el fin de articular acciones que vayan a la par del uso de los dispositivos y las conexiones. En tal sentido, se puede mencionar que, con el desarrollo de internet, los procesos de interacción se propusieron desde otros campos de convergencia, y en función de las plataformas que aprovecharon estos entornos para crear modelos de negocio que se alimentan con la participación de usuarios dentro de ellas.

De esta manera, las relaciones han adoptado como propias las prácticas sociales mediadas por pantallas y atravesadas por procesos comunicativos, establecidos gracias a la Inteligencia Artificial (IA), cuando deberían tomar en cuenta problemáticas como la privacidad, la discriminación y los riesgos a los que se podrían enfrentar los usuarios (Huang et al. 2022). Esto es fundamental, pues deberían convertirse en códigos deontológicos indispensables para el desarrollo personal.

Así también, las normas éticas son cruciales en la interacción entre el raciocinio de los seres humanos y la inteligencia artificial para evitar la manipulación, la proliferación de *fake news*, la desinformación o la tergiversación de discursos que afecten a las comunidades (García 2021). Esto debido a que en la era digital el desarrollo de plataformas se ha centrado principalmente en el uso del entretenimiento desde las redes sociales, desplazando las discusiones necesarias que aportan valor a las apropiaciones de la tecnología, que se tejen desde diferentes nociones que entran en la búsqueda de acuerdos, tensiones y disputas por esos sentidos (Apolo, Estrada-García y Fernández 2024).

En relación con lo anterior, las consideraciones filosóficas, en cuanto al desarrollo de IA, deben tener como base la comunicación y complejidad de actores que la atraviesan (Huriye 2023). Esto refuerza las bases conceptuales que deberían tener como pilares a la ética, el pensamiento crítico y el desarrollo de valores, que van mucho más allá de la utilización artefactual de cualquier tipo de plataforma. El ser humano y su desarrollo en ámbitos personales, académicos y profesionales debe posicionarse como el centro de las intenciones. Las revoluciones industriales marcan tendencias a lo largo del tiempo para las personas, las industrias y las sociedades, quienes no logran comprender las problemáticas que enfrentan en la actualidad y la vertiginosidad de la tecnología que plantea nuevos retos (Corvalán 2018).

Es importante mencionar, en este punto, que en estos procesos el consumo, tanto en tiempo como en recursos, ha jugado un papel fundamental en la construcción de las identidades individuales y grupales, resignificando los espacios donde se forman y consolidan las relaciones interpersonales (Apolo, Bayés, Hermann 2015). A ellas se las debería analizar desde una postura crítica, cuestionando la influencia desmedida que la tecnología ha tenido en la sociedad, y enmarcando que la capacidad de

actuar de los individuos está sujeta a la masificación o aprobación de otros y otras que las legitimen.

De esta forma, en este capítulo se busca recalcar la reflexión sobre estos nuevos ecosistemas digitales que ofrece la IA. Ellos abren la posibilidad a los usuarios de desarrollar habilidades y competencias que, al darse o no cuenta, los convierte en prosumidores (Scolari y Establés 2017). Desde una visión idealista, podrían apropiarse de estos espacios de lucha para promover cambios sociales desde la ética, y de esta manera convertirlos en un desafío para el siglo XXI; aunque el poder mediático se centró en captar la atención con información efímera y poco relevante.

## LA ÉTICA EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

En la interacción cotidiana entre los seres humanos nacen interrogantes como: ¿qué es ética?, ¿para qué sirve la ética en la comunicación?, ¿cómo considerar la ética en los procesos de comunicación?, ¿el ser humano está obligado a obedecer las normas éticas en los procesos de comunicación?, ¿todos los seres somos animales éticos? Además, hay otras cuestiones que demandan atención con el propósito de convivir en el sistema social de forma asertiva.

La ética puede ser entendida, desde una perspectiva filosófica, como el fundamento de los principios del “actuar humano con referencia a un horizonte de valores hacia cuya realización se supone que debe tender todo sujeto consciente y libre como ser personal, es decir, como ser-en-relación con otros sujetos en un contexto intersubjetivo, social y cultural” (Pérez 1991). Además, es sabido que el término *ética* yace del griego *ethos*. El significado se representa en diversas terminologías: lugar donde un ser humano habita, tiene su residencia o morada.

De igual forma, Aristóteles (1985), en su obra *Ética nicomáquea*, explicaba que en la vida práctica están presentes las virtudes éticas, siendo estas el fundamento central para la convivencia y realización humana en el contexto del Estado. Algunas virtudes a las que refería son: amistad, justicia, valor, entre otras. Estas se relacionan en la cotidianeidad del ser humano, pudiendo entenderse como aquellas que se practican a modo de costumbres.

Abordar la ética en el campo de la comunicación plantea un desafío complejo, debido a la convergencia de múltiples elementos. Un acercamiento a esta cuestión podría ser a partir de la concepción de la ética como “una responsabilidad compartida por todos los factores de la sociedad teniendo como objetivo el desarrollo de una comunidad más equilibrada, más justa, más solidaria y humana” (León 1998). Sin embargo, es impensable que la sociedad completa utilice los mismos principios éticos para emitir juicios en la convivencia cotidiana.

En la era digital, resulta menester pensar las implicaciones éticas en los procesos de comunicación. En efecto, comunicarse a través del lenguaje oral y escrito es posible solo para los humanos. De ahí la relevancia de las normas éticas históricamente concebidas para la convivencia de los seres humanos, entre ellos y otros seres vivientes en el planeta. Cuestiones fundamentales como la verdad, la comprensión y distinción entre lo bueno y malo, lo correcto e incorrecto, son cada vez más complejas de entender. El surgimiento de diversos mecanismos que sortean lo concebido como verdad, bueno o correcto, pone en declive la veracidad de la narración de los acontecimientos.

La comunicación puede confundir y manipular a partir de la utilización de mecanismos de persuasión y originar narrativas sociales, como se mostrará más adelante. Es importante comprender cómo se construyen las especulaciones con el propósito

de crear parámetros para cuestionar la posverdad, que nacen en ellas y se reproducen en diversos medios, por lo general, de tipo digital. A saber, las múltiples capacidades cognitivas del ser humano posibilitan obtener consecuencias de los hechos suscitados en la realidad, por ello “debatimos sobre acontecimientos que distan de nosotros en el tiempo y el espacio; expresamos nuestros sentimientos más profundos; incluso conversamos sobre entidades abstractas y contamos historias sobre seres imaginarios” (Mercier 2023).

Además, en el contexto de las capacidades cognitivas humanas se tiene a la imaginación como un elemento sustancial que lleva a cuestionarse sobre qué se puede creer o no. La diversidad de factores que intervienen en los procesos de comunicación humana atraviesa una cierta desconfianza pública (Castells 2009). La sociedad cuestiona constantemente a los medios de comunicación, debido a los sesgos que presentan al momento de transmitir información desde juicios de valor. De igual forma, los imaginarios colectivos están sumidos en ideologías, generalmente organizadas por preferencias morales, lo cual agrava la convergencia de percepciones sobre informaciones emitidas por los medios de comunicación.

Estos medios son influenciados por las tendencias tecnológicas digitales que se sumergen en una política del escándalo (Castells 2009). Ejecutan la propaganda a conveniencia de quienes administran dichos medios, y aplican el control en el contenido a transmitir. Este accionar podría nombrarse como crisis de legitimidad de los procesos de comunicación. La ética, en este contexto, recae sobre los profesionales a cargo de todo el proceso comunicativo, pues son quienes transmiten la verdad, o al menos eso se espera. Es preciso tener en cuenta que “cuanto menos pensamos, peor pensamos y más nos influirán los mensajes perniciosos” (Mercier 2023). Consecuentemente,

las valoraciones que se realicen sobre la comprensión de la realidad serán poco objetivas.

Pensar sin sesgos y concebir la realidad objetivamente, para transmitir con veracidad los hechos a la sociedad, demanda la aplicación de la ética profesional. De ahí la inminente necesidad de crear normas continuamente, las cuales ayuden a mejorar la convivencia entre seres humanos en un hábitat cada vez más digitalizado. Por ejemplo, en el contexto ecuatoriano, se podría preguntar cuáles son los entes encargados de regular la información que circula en los medios digitales generados por Inteligencia Artificial Generativa (IAG).

Programas como ChatGPT, Google Bard, Notion crean textos (Jackesch, Hancock y Naaman 2023), videos, audios (Rahwan 2019), y en tal sentido no hay a quién responsabilizar por la veracidad de la información que generan los programas en mención. Tampoco existen aún organismos gubernamentales o no gubernamentales que se encarguen de proponer lineamientos para este tipo de casos. Además, los productos creados son reproducidos como verdades absolutas (Hohenstein et al. 2023), pues pocas veces la sociedad cuestiona la fuente que emitió la información. A pesar de la no comprobación, se da continuidad al flujo de información y eclosionan los contenidos falsos —*fake news*—. En tal sentido, ¿cuál es el valor de la verdad en los escenarios abarrotados de información?

La sociedad profesa ideas absurdas en la cotidianeidad, ¿cuáles son los patrones para que ello ocurra? Uno de los factores importantes sería la credibilidad, la cual está centrada en los individuos que transmiten el mensaje. Al respecto, el dilema pareciera centrarse en seguir a la mayoría, aunque sean ilógicas las razones, o a las personas de prestigio que sostienen razones plausibles, pero podrían carecer de fundamentación total. Bajo esta percepción, surge una cuestión relevante para analizar:

¿por qué fracasan ideas brillantes y por qué se hacen populares ideas malas? Estos hechos se pueden atribuir, en principio, a la alineación de los intereses que tienen los emisores del mensaje con los del receptor de este. Entonces, el fracaso o la popularidad de las ideas no dependen del contenido del mensaje como tal; sino, más bien, de los intereses que la sociedad posea.

## **INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS SOCIALES**

El auge de la Inteligencia Artificial durante los últimos años ha transformado la construcción de las narrativas sociales. Por un lado, los distintos significados y sentidos que se le otorgan plantean múltiples análisis, por identificar algunos, como: “*Trending Topic, Big Data, sesgo o cuestión sociolaboral*” (López 2019). Por otro lado, en el entorno mediático, hay una variedad de narrativas generadas por la IA como textos, imágenes, audios y videos. La dinámica de comunicación masiva de la era digital, en la que convergen las redes sociales y los medios tradicionales, cuentan con una gran presencia de estas narrativas.

Primero, se abordan las cuatro propuestas de significados y sentidos otorgados a la IA. Los *trending topic* —tema de tendencia— surgen de las declaraciones realizadas por instituciones públicas prestigiosas y figuras mediáticas de gran importancia, en las áreas de la ciencia y tecnología. Estas declaraciones alarmistas provocan que en la opinión pública se prolifere una sensación de incertidumbre sobre lo que pueda causar la inteligencia artificial, entre narrativas distópicas, futuristas u otras positivas que no consideran peligrosos estos avances tecnológicos.

La IA como *big data* hace referencia a su capacidad para recolectar y analizar grandes cantidades de datos. De esta manera, la gran capacidad de almacenamiento y la complejidad