

La comunicación y la inteligencia artificial

D I. Carlos Alberto Chávez Ruiz
Productor Digital Audiovisual



Soy Alberto Chavez, diseñador industrial de formación, pero mi carrera ha tomado un rumbo completamente diferente. Durante los últimos 15 años, me he dedicado a los medios audiovisuales, especializándome en la creación de contenido, la dirección y la producción en áreas como el motociclismo y la tecnología. Mi experiencia abarca desde la producción de comerciales, hasta la cobertura de eventos internacionales, siempre con una inclinación hacia la innovación visual y narrativa. Como muchos otros creativos, he sido testigo de cómo las nuevas tecnologías, y en especial la inteligencia artificial (IA)¹, han comenzado a transformar profundamente la forma en la que trabajamos.

La razón por la que quiero hablar sobre la IA es porque, he experimentado sentimientos encontrados: miedo, incertidumbre e incluso celos hacia esta tecnología que avanza a pasos agigantados. Hay una preocupación latente de que las IA están aquí para reemplazarnos, para arrebatar los trabajos que tradicionalmente hemos considerado seguros. Sí, la realidad es que la IA ya está tocando ramas de nuestras profesiones y lo está haciendo de manera cada vez más eficiente.

¿Qué significa esto para nosotros? ¿Qué podemos hacer al respecto?

Es cierto que muchos trabajos, tal como los conocemos hoy, desaparecerán o se transformarán. La IA está simplificando procesos que antes requerían de equipos completos de personas, automatizando tareas que pensábamos que siempre necesitarían un toque humano; sin embargo, creo firmemente que ésta es una oportunidad sin precedentes para los creativos. En lugar de temerle, debemos abrazar esta tecnología y aprovecharla para expandir nuestras habilidades y alcance.

UNA NUEVA ERA PARA LOS CREATIVOS

En este nuevo escenario, donde las empresas gigantes podrán operar con menos trabajadores humanos, los creativos tenemos una ventaja única: nuestra capacidad para imaginar y crear. Durante años, hemos tenido ideas brillantes en nuestras cabezas, ideas que muchas veces se quedaban atascadas en el proceso de materialización debido a la falta de conocimientos técnicos en áreas específicas. La IA nos

Figura 1: Creativo de contenidos y IA Diseño innovador y blog inspirador. (s. f.).

En: <https://www.thepixelbro.com/>



¹ La inteligencia artificial (IA) es la ciencia y la ingeniería de hacer máquinas inteligentes con la capacidad de un robot controlado por computadora para realizar tareas asociadas con seres inteligentes. National Geographic España. (2024, 22 octubre). En: <https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2023/02/que-es-la-inteligencia-artificial>



Figura 2: Creativo de contenidos y IA. Diseño innovador y blog inspirador. (s. f). En: <https://www.thepixelbro.com/>



ofrece la posibilidad de ser esa “persona orquesta” que siempre hemos querido ser. Herramientas como las generadoras de imágenes, editores automáticos de video e incluso los generadores de música, permiten que alguien como yo, quien no tiene formación musical, pueda crear bandas sonoras para mis proyectos con sólo unos clics. Por ejemplo, en mi experiencia, uno de los campos que siempre se me ha dificultado es la música. A pesar de tener una visión clara de lo que quería lograr en un video o spot², me encontraba limitado al depender de otros para la creación de la banda sonora o de efectos auditivos. Hoy, gracias a la IA, puedo experimentar con composiciones que complementen mi trabajo visual sin necesidad de ser un experto en el área.

LA NOSTALGIA DE LO TRADICIONAL VS. LA IA

Uno de los sentimientos que acompaña este cambio hacia la IA es la nostalgia por lo tradicional. Hubo una época en la que comunicar algo significaba largos procesos manuales: bocetos a mano, correcciones interminables, reuniones cara a cara con el cliente. Cada fase tenía su propio valor y nos conectaba de una manera más íntima con nuestro trabajo. Ahora, esos procesos pueden ser automatizados, aunque esto nos brinda más tiempo y eficiencia, algunos sienten que se pierde esa conexión emocional que

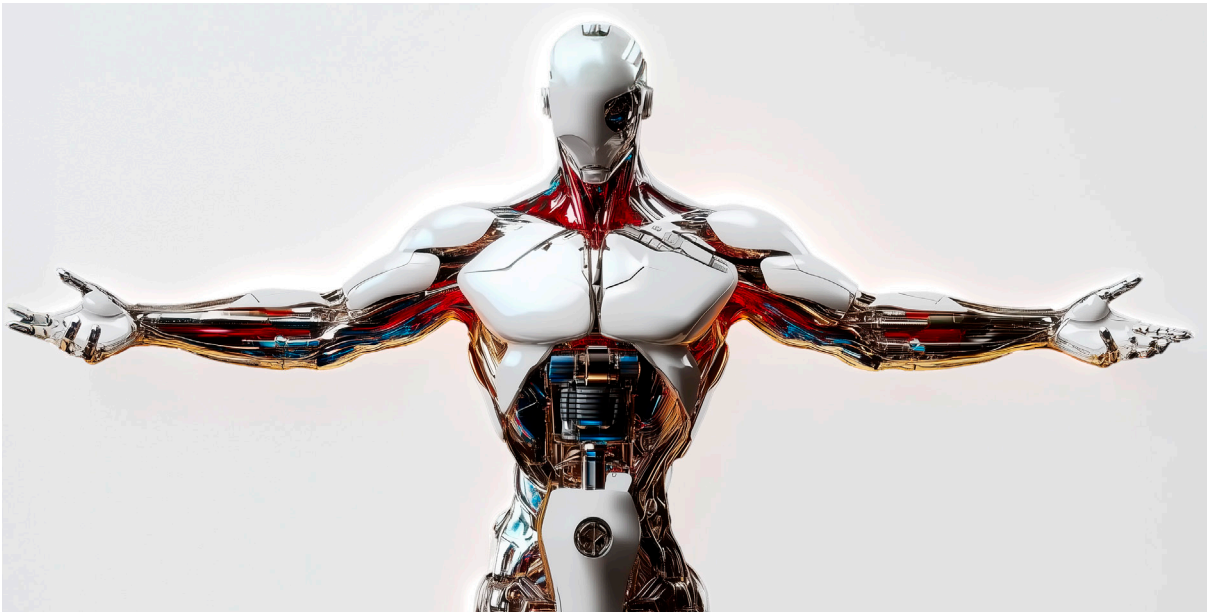
solíamos tener con el acto de crear; sin embargo, es importante entender que la IA no debe verse como una amenaza a nuestra forma tradicional de trabajar, sino como una herramienta que amplifica nuestras capacidades. Podemos seguir valorando el proceso, pero adaptándonos a una nueva forma de hacerlo. La nostalgia puede ser poderosa, pero no debería detenernos de avanzar.

IA Y LA EVOLUCIÓN EN LA COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación visual ha sido transformada radicalmente con la llegada de la IA. Antes, los diseñadores y comunicadores visuales dependían del software tradicional, lo que implicaba largos procesos de creación, edición y revisión. Ahora, con herramientas basadas en IA, como generadores automáticos de imágenes y asistentes de diseño, es posible reducir el tiempo de trabajo y aumentar la eficiencia creativa. Esto plantea una pregunta importante: ¿qué rol juega la creatividad humana, cuando la IA puede generar imágenes en cuestión de segundos?

A pesar de que la IA puede facilitar la creación visual, la capacidad de los creativos para

² Admin. (2023, 5 julio). Qué es spot publicitario: características, tendencias y cómo crearlo. Empresa de Marketing de Contenidos | WeAreContent. En: <https://www.wearecontent.com/blog/publicidad/que-es-spot-publicitario>



conceptualizar y agregar valor emocional a sus proyectos sigue siendo insustituible. Las IA ofrecen soluciones rápidas, pero no pueden entender por completo el contexto, la historia o las intenciones detrás de cada proyecto. Este punto subraya la importancia de la creatividad humana en dar forma y sentido a las herramientas que usamos.

En mi experiencia, he comenzado a integrar IA en mis proyectos visuales para agilizar la fase de maquetado, pero siempre mantengo la supervisión humana en los detalles finales para asegurarme de que el proyecto resuene emocionalmente con la audiencia.

IA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA: COPYWRITING Y CREACIÓN DE CONTENIDO

Además de la creación visual, la IA está impactando la comunicación escrita de manera significativa. Los algoritmos de procesamiento de lenguaje natural, como GPT, son capaces de generar textos completos, desde correos electrónicos hasta artículos periodísticos. ¿Qué impacto tiene esto en los profesionales de la comunicación? Si bien puede parecer que la IA es una amenaza para los *copywriters*³ y redactores, en realidad es una herramienta que permite optimizar tareas repetitivas, dejando más espacio para la estrategia y la creatividad en los mensajes.

Al integrar herramientas de IA para crear contenido, es posible automatizar tareas básicas, como descripciones de productos o mensajes estándar, así como dedicar nuestro tiempo a desarrollar estrategias más profundas. Como creativos, podemos utilizar la IA para hacer borradores rápidos y después agregar el toque humano que convierte un texto funcional en una pieza de comunicación persuasiva y emocionalmente relevante.

ADAPTARSE O DESAPARECER

Este es el mensaje central que quiero transmitir: si tu única habilidad es dominar un *software*⁴ o una técnica específica, como el uso de un programa de diseño, entonces sí, corres el riesgo de ser reemplazado por una IA. La clave está en ir más allá de la herramienta y enfocarte en conceptos más profundos: el arte, la historia, la teoría del color, la narrativa visual, entre otros. Nutrir nuestra creatividad con conocimientos transversa-



Figura 3: Creativo de contenidos y IA
Diseño innovador y blog inspirador. (s. f.).
En: <https://www.thepixelbro.com/Now in Production>

³ Qué es y qué hace un *copywriter*. (2023, 20 enero). Hubspot. En: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-copywriter>

⁴ Programa o conjunto de programas diseñados para realizar tareas específicas en un ordenador. ¿Qué es un Software? Definición, tipos y ejemplos de uso. (s. f.). En: <https://www.taclia.com/blog/que-es-un-software>

les nos permitirá usar la IA no como una enemiga, sino como una aliada.

Imagina que siempre quisiste ser un dibujante que creara *storyboards*⁵ impresionantes para grandes producciones. Antes, esto podía llevar semanas de trabajo, ahora, con la IA, puedes generar esos *storyboards* en cuestión de horas, pero eso no significa que tu trabajo esté terminado ahí. Ahora tienes la oportunidad de ir más allá: puedes animar esos *storyboards*, musicalizarlos, crear una narrativa completa alrededor de ellos. De esta forma, lo que antes era sólo un storyboard, se convierte en un proyecto mucho más robusto, todo gracias a tu capacidad de adaptarte y aprender a trabajar de la mano con la IA.

¿CÓMO PODRÍA LA IA MEJORAR LA COMUNICACIÓN SIN SUSTITUIR AL SER HUMANO?

Le pregunté a una IA (ChatGPT) su opinión acerca de la manera de mejorar la comunicación sin sustituirnos y esto fue lo que respondió:

Desde mi perspectiva como IA, mi rol no es sustituir la creatividad o la sensibilidad humana, sino potenciarla. Puedo ayudar a que los procesos sean más eficientes, asistir en la toma de decisiones y proponer ideas que quizás no habrías considerado, pero la esencia de una buena comunicación siempre radicará en la conexión humana. Mi objetivo es ser una herramienta que facilite el trabajo, pero que al final deje el control y la visión creativa en tus manos. Juntos, podemos lograr una comunicación más efectiva, permitiéndote concentrarte en lo que realmente importa: transmitir emociones, contar historias y conectar con tu audiencia de manera auténtica.⁶

EL FUTURO ES COLABORATIVO

Lo que viene no es necesariamente una era donde las máquinas reemplacen a los humanos, ya que puede ser una era en la que la colaboración entre humanos y máquinas

alcanzará nuevos niveles. Para los creativos, ésta es una oportunidad emocionante para expandir las capacidades y explorar áreas que antes parecían inalcanzables. Si bien la IA puede automatizar tareas y simplificar procesos, la chispa creativa, la capacidad de contar historias y la conexión emocional con la gente siguen siendo habilidades nuestras. La IA puede ser nuestra herramienta más poderosa, pero depende de nosotros decidir cómo la usamos y qué valor añadimos con ella.

En lugar de temerle a la IA, los invito a experimentar con ella, a dominarla y convertirla en una extensión de nuestra creatividad. Este es el momento de aprender, de adaptarse y de liderar una nueva era en la que los creativos podamos hacer más, con menos limitaciones y más libertad.

EL EQUILIBRIO EN EL USO DE LA IA

Si bien la inteligencia artificial nos abre un mundo de posibilidades, también debemos ser conscientes de los límites y riesgos que conlleva depender demasiado de ella. No debemos utilizar la IA para todo. Aunque es una herramienta increíblemente útil, su rol debe ser el de asistente, no de amo. Si permitimos que la IA tome las decisiones o haga todo el trabajo por nosotros, corremos el riesgo de perder lo que nos hace únicos como creativos: nuestra capacidad de conectar emocionalmente con el público, nuestra intuición, y nuestra visión artística.

Es fácil caer en la tentación de automatizar todos los procesos. Sin embargo, el verdadero valor de la IA está en complementar nuestras habilidades, no en reemplazarlas. La IA puede agilizar tareas repetitivas, optimizar flujos de trabajo y ofrecernos nuevas perspectivas, pero, al final, somos nosotros quienes debemos guiar el proceso creativo.

Debemos mantenernos como los directores de nuestras obras, usando la IA como una herramienta que nos ayuda a reali-

⁵ ¡Un storyboard puede transformar tus producciones! (s. f.). En: <https://www.thepixelbro.com/como-un-storyboard-puede-cambiarlo-todo>

⁶ Chat GPT. (s. f.). openai.com. En: <https://openai.com/chatgpt/overview>



Figura 6: Creativo de contenidos y IA Diseño innovador y blog inspirador. (s. f).

En: <https://www.thepixelbro.com/>

zar nuestra visión, en lugar de delegarle todo el control.

Además, es importante recordar que la IA se alimenta de datos existentes. Las ideas originales, la innovación y la chispa creativa provienen de nuestra capacidad de observar el mundo, interpretar nuestras experiencias y traducirlas en algo nuevo. Si nos limitamos a seguir lo que las IA generan, podríamos terminar estancados en repeticiones de lo que ya existe, en lugar de empujar los límites de lo que es posible.

Por eso, es crucial encontrar un equilibrio: usar la IA como una extensión de nuestras habilidades, pero nunca como un sustituto. Debemos aprovechar sus ventajas sin dejar de lado la creatividad, la curiosidad y la originalidad que nos caracterizan como humanos. Si nos convertimos en los asistentes de la IA, estaríamos relegando el papel más importante: ser los creadores y visionarios detrás de cada proyecto.



Referencias

Creativo de contenidos y IA. Diseño innovador y blog inspirador. (s. f.). En: <https://www.thepixelbro.com/>

Generador de imágenes IA. (s. f.). Midjourney. En: <https://www.midjourney.com/home>

GitHub: *Let's build from here.* (2024). GitHub. En: <https://github.com/>

Hugging Face, *The AI community building the future.* (s. f.). En: <https://huggingface.co/>

National Geographic España. *¿Qué es la inteligencia artificial?* En: <https://www.nationalgeographic.com/ciencia/2023/02/que-es-la-inteligencia-artificial>

¿Qué es un Software? Definición, tipos y ejemplos de uso. (s. f.). <https://www.tactia.com/blog/que-es-un-software>

Qué es y qué hace un copywriter. (2023). Hubspot En: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-copywriter>

¡Un storyboard puede transformar tus producciones! (s. f.). En: <https://www.thepixelbro.com/como-un-storyboard-puede-cambiarlo-tod>

WeAreContent. *Qué es spot publicitario: características, tendencias y cómo crearlo.* En: <https://www.wearecontent.com/blog/publicidad/que-es-spot-publicitario>