

RELIGACIÓN

R E V I S T A

Comunicación y creatividad en la era de la inteligencia artificial: entre la eficiencia y la autenticidad

Communication and Creativity in the Age of Artificial Intelligence: Between Efficiency and Authenticity

Rafael Mateo Chica Oh, Cynthia Shakira Enríquez Fierro

Resumen

El estudio evidencia que la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta clave para la comunicación contemporánea al mejorar la eficiencia y optimizar los procesos, pero también genera tensiones en torno a la creatividad y la autenticidad de los mensajes, en ese sentido, los resultados revelan una percepción ambivalente: aunque la mayoría valora la IA por su utilidad profesional y capacidad para aportar ideas, existe preocupación por la pérdida de originalidad y la estandarización de los contenidos, por ello, se concluye que el desafío consiste en integrar la IA de forma crítica y ética, utilizándola como apoyo complementario sin sustituir la creatividad humana, preservando así la autenticidad y el valor expresivo que solo el pensamiento humano puede aportar.

Palabras clave: Inteligencia artificial; Creatividad; Comunicación; Automatización; Innovación

Rafael Mateo Chica Oh

Universidad Internacional del Ecuador | Quito | Ecuador | rachicaoh@uide.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-4247-5973>

Cynthia Shakira Enríquez Fierro

Universidad Internacional del Ecuador | Quito | Ecuador | cyenriquezfi@uide.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0002-5389-9892>

<http://doi.org/10.46652/rgn.v10i47.1562>
ISSN 2477-9083
Vol. 10 No. 47 octubre-diciembre, 2025, e2501562
Quito, Ecuador

Enviado: julio 19, 2025
Aceptado: octubre 20, 2025
Publicado: noviembre 14, 2025
Publicación Continua

