
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Año lectivo 2024

**Programa: Inteligencia
Artificial aplicada a la
Comunicación**

Fabián Silva Molina

Facultad de Filosofía y Letras

UNT

Materia: Inteligencia Artificial aplicada a la comunicación

Objetivos generales

Este curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de cómo las herramientas de inteligencia artificial (IA) pueden ser aplicadas en el campo de las ciencias de la comunicación. A lo largo del semestre, los estudiantes explorarán diversas aplicaciones de la IA en áreas como el análisis de medios, la gestión de contenido, la comunicación interpersonal y la publicidad. Se utilizarán tanto teoría como prácticas para garantizar que los estudiantes adquieran tanto conocimientos conceptuales como habilidades técnicas.

Este curso proporcionará a los estudiantes las herramientas y el conocimiento necesarios para integrar la inteligencia artificial en sus futuras carreras en el ámbito de la comunicación, preparándolos para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que esta tecnología ofrece.

Objetivos particulares

Que el alumno:

- Comprenda los conceptos básicos de la inteligencia artificial y su relevancia en las ciencias de la comunicación.
- Explore y analice las herramientas de IA más utilizadas en la industria de la comunicación.
- Aplique técnicas de IA en proyectos reales de comunicación.
- Desarrolle habilidades prácticas en el uso de software y plataformas de IA.
- Evalué críticamente el impacto ético y social de la IA en la comunicación.

Importancia de la asignatura

La inteligencia artificial está revolucionando la forma en que se producen, distribuyen y consumen los contenidos. Este curso permite a los estudiantes entender y aplicar las tecnologías emergentes que están transformando la industria de la comunicación. Los profesionales que dominan las herramientas de IA son altamente demandados. Este curso equipa a los estudiantes con habilidades técnicas avanzadas que son cruciales para destacarse en el competitivo mercado laboral de hoy.

La IA permite automatizar tareas repetitivas y analizar grandes volúmenes de datos de manera eficiente. Los estudiantes aprenderán a utilizar estas tecnologías para optimizar procesos, mejorar la precisión en la toma de decisiones y aumentar la eficiencia en sus futuros roles profesionales.

La capacidad de aplicar IA en la creación de estrategias de comunicación innovadoras es un diferenciador clave. Este curso fomenta la creatividad y la innovación, enseñando a los estudiantes a desarrollar y aplicar nuevas técnicas para atraer y retener audiencias. Además de permitir un análisis detallado de los comportamientos y preferencias del público. Los estudiantes aprenderán a interpretar estos datos para diseñar contenidos y mensajes más efectivos y personalizados.

El rápido avance de la tecnología requiere que los profesionales estén siempre actualizados. Este curso prepara a los estudiantes para adaptarse a nuevas herramientas y plataformas, asegurando que estén al día con las tendencias más recientes en la comunicación digital. La comunicación y la IA son campos inherentemente interdisciplinarios. Este curso fomenta la colaboración entre estudiantes de diferentes disciplinas, enriqueciendo su perspectiva y habilidades colaborativas. En resumen, este curso no solo proporciona conocimientos técnicos y prácticos sobre IA, sino que también forma a los estudiantes en una visión crítica y ética del uso de estas tecnologías en el ámbito de la comunicación, preparándolos para ser líderes innovadores y responsables en sus futuras carreras.

Parte teórica

Unidad 1 - Introducción a la Inteligencia Artificial

Historia y evolución de la IA. Desarrollo cronológico de la IA. El test de Turing. El aporte y la importancia de la comunicación en el desarrollo de IA. Transformación Analógica – Digital. Código binario. Principios Básicos. La caja negra de la IA. Ejemplos y casos. La relevancia de las IA en la comunicación. Fundamentos y paradigmas del cambio cultural.-

Unidad 2 – Análisis de medios y contenidos

Minería de textos y análisis de sentimientos. Reconocimiento de patrones en medios audiovisuales. Herramientas de análisis de medios. La industria cultural y la utilización de IA. El cine, los videojuegos, la publicidad y su relación con las IA. Desarrollo de aplicaciones específicas para diferentes áreas. Los prompts y su ingeniería.-

Unidad 3 – Comunicación mediada por IA

Chatbots y asistentes virtuales. Orígenes de los chatbots, desde ELIZA hasta los asistentes modernos como Siri y Alexa. Procesamiento de lenguaje natural (PLN), aprendizaje automático (ML) y redes neuronales. Sistemas de recomendación en redes sociales. Atención al cliente, servicios de información, soporte técnico. Análisis del discurso y generación de contenido. Filtrado colaborativo, basado en contenido, híbridos. Técnicas de análisis de texto, extracción de temas, análisis de sentimientos. El problema del sesgo ideológico y la cultura woke.

Unidad 4 – Publicidad y Marketing Inteligente

Segmentación de Audiencias y Publicidad Dirigida. Métodos tradicionales y modernos para segmentar audiencias. Uso de algoritmos de aprendizaje automático para identificar patrones y segmentar audiencias de manera más precisa. Herramientas de segmentación basadas en IA como Facebook Ads, Google Ads, y otras plataformas de publicidad

programática. Optimización de Campañas Publicitarias con IA. Técnicas como el aprendizaje por refuerzo y el aprendizaje supervisado para mejorar el rendimiento de las campañas publicitarias. A/B Testing Automatizado. Implementación de pruebas automatizadas para evaluar la efectividad de diferentes elementos de una campaña publicitaria. Análisis de Impacto y Métricas en Marketing Digital. Uso de modelos predictivos para anticipar el comportamiento del consumidor y el rendimiento de la campaña. Herramientas y técnicas para la visualización efectiva de datos de campañas publicitarias.

Unidad 5 – Herramientas y plataformas IA

Introducción a herramientas como Chat GPT, Gemini y Copilot. Visión General de Herramientas de IA. Exploración de las principales herramientas y plataformas utilizadas en la industria. Criterios para seleccionar las herramientas adecuadas según el tipo de proyecto y los objetivos específicos. Uso de bibliotecas y frameworks de código abierto como Keras, PyTorch y NLTK. Análisis de las tendencias emergentes y nuevas herramientas en el campo de la IA.

Parte Práctica

Práctico 1

Sesión práctica para experimentar con las herramientas y desarrollar proyectos específicos.

Práctico 2

Desarrollo de proyectos colaborativos donde los estudiantes aplican las herramientas estudiadas a problemas reales de comunicación.

Práctico 3

Conceptualizar los elementos fundamentales de una red neuronal y explicar su funcionamiento.

Práctico 4

Implementación de proyectos de comunicación utilizando Chat GPT, como análisis de sentimientos y reconocimiento de imágenes.

Práctico 5

Creación de proyectos integrales utilizando las herramientas y plataformas estudiadas.

Evaluación:

- **Participación en Clase y Discusiones:** 75%
- **Proyecto Final:** 25%

Recursos:

- Lecturas seleccionadas y artículos de investigación.
- Herramientas y bibliotecas de software para la implementación práctica.
- Acceso a plataformas de aprendizaje automático y conjuntos de datos.

Proyecto Final

Los estudiantes deberán realizar un proyecto práctico utilizando técnicas aprendidas durante el curso. Los temas pueden incluir reconocimiento de patrones, análisis predictivo o aplicaciones específicas de IA según los intereses individuales.

Requisitos Previos

No se requiere experiencia previa en IA, pero se espera un nivel básico de familiaridad con conceptos matemáticos y de computación.

Bibliografía básica

- Chollet, F. (2018). *Deep Learning con Python*. Manning Publications.
- Aggarwal, C. C. (2018). *Redes Neuronales y Deep Learning*. Springer.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Rust, R. T., & Huang, M. H. (2021). *El libro del marketing masivo*. Routledge.
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2019). *Speech and Language Processing*. Prentice Hall.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Aproximaciones a la inteligencia artificial*. Pearson.
- Flores, R., & Blanchard, A. (2022). **AI in Media and Communication**. Routledge.
- Webbs, Amy. (2019). *Nueve Gigantes*.