

La inteligencia artificial en la comunicación de resultados científicos de un proyecto de Formación Ciudadana en la educación superior

Artificial intelligence in communicating scientific results from a civic education project in higher education

Félix Germán Álvarez Téllez¹ (felixgat@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0002-7676-6219>)

Marilín Isis Molina López² (marilin.molina@fayl.uh.cu) (<https://orcid.org/0000-0002-5163-2038>)

Resumen

El presente estudio forma parte de un proyecto sectorial que desarrolla la Universidad de La Habana, junto a la Universidad de Las Tunas y otras universidades cubanas, en torno a la formación ciudadana para los profesionales de la educación superior como contribución a su formación integral. En este sentido, se requiere una comunicación que no solo difunda y divulgue los avances científicos alcanzados, es preciso también que favorezca la coordinación de acciones comunicativas internas y externas que acompañan y vigorizan el progreso del Proyecto. La inteligencia artificial ofrece herramientas útiles que, desde un uso ético, favorecen la actividad humana en todas las esferas. De esta manera, el objetivo del artículo consiste en abordar su uso y beneficios en la comunicación de un proyecto científico de Formación Ciudadana en la educación superior. Sobre la base del análisis documental y bibliográfico, así como entrevistas individual y grupal, se determinaron las necesidades comunicativas y las expectativas de los investigadores en cuanto a la visibilidad e impacto de los resultados a alcanzar en cada etapa. En consecuencia, se diseñó un Plan de comunicación que gestiona el proceso de manera integrada, concibe e implementa acciones y medios para la comunicación interna y también externa. Asimismo, se crean y aplican formas y canales para divulgar los resultados obtenidos, al tiempo que se motiva a la participación en espacios propios de la difusión científica (eventos, revistas, cursos y talleres), con apoyo en herramientas de la IA.

Palabras clave: Inteligencia artificial, comunicación científica, proyectos de investigación, plan de comunicación, formación integral.

Abstract

This study is part of a sectoral project developed by the University of Havana, together with the University of Las Tunas and other Cuban universities, on citizenship training for higher education professionals as a contribution to their comprehensive training. In this regard, communication is required that not only disseminates and publicizes scientific

¹ Máster en Ciencias de la Comunicación. Profesor Auxiliar. Departamento de Comunicación Social. Universidad de Las Tunas. Las Tunas, Cuba.

² Máster en Ciencias de la Comunicación. Profesora Auxiliar. Centro de Estudios para el Perfeccionamiento de la Educación Superior (CEPES). Universidad de La Habana. La Habana, Cuba.

advances, but also promotes the coordination of internal and external communication actions that accompany and invigorate the progress of the project. Artificial intelligence offers useful tools that, when used ethically, promote human activity in all spheres. Thus, the objective of this article is to address its use and benefits in the communication of a scientific project on Citizen Education in higher education. Based on documentary and bibliographic analysis, as well as individual and group interviews, the communication needs and expectations of researchers were determined in terms of the visibility and impact of the results to be achieved at each stage. Consequently, a communication plan was designed to manage the process in an integrated manner, devising and implementing actions and means for internal and external communication. Likewise, methods and channels were created and implemented to disseminate the results obtained, while encouraging participation in scientific dissemination forums (events, journals, courses, and workshops), with the support of AI tools.

Key words: artificial intelligence, scientific communication, research projects, communication plan, comprehensive training.

Introducción

En un ciclo investigativo, la comunicación es esencial para obtener el impacto esperado. Es por eso que, desde la génesis de cualquier proyecto científico, la planeación estratégica con sus objetivos, propósitos, etapas, acciones y resultados deseables conlleva la concepción de una estrategia o plan de comunicación que viabilice el proceso. Esta realidad ubicada en el siglo XXI, con sus retos característicos de la época, no puede estar ajena a la IA, con los riesgos y potencialidades que su uso conlleva.

El proyecto sectorial de Formación Ciudadana gestado en la Universidad de La Habana (2025-2027), del que participan, además, la Universidad de Las Tunas y otras casas de altos estudios cubanas, está dirigido a profesionales de la educación superior como contribución a su formación integral. Un proyecto de esta índole y a nivel sectorial, precisa cuidar desde su concepción, ese acompañamiento natural que la comunicación, como proceso transversal, ofrece.

Se involucra a diferentes públicos: investigadores, estudiantes, directivos de varias instituciones de educación superior (IES), de regiones distintas, de Organismos de la Administración Central del Estado (OACE) y se realizan acciones consecuentes con los tres procesos sustantivos de este nivel de enseñanza (docencia, investigación y extensión universitaria).

Por tal razón, el impacto no se ciñe a la universidad intramuros, sino que trasciende sus límites hacia la sociedad en su conjunto, en el propósito de formar una ciudadanía que responda a los retos del siglo XXI. De esta manera, la comunicación científica debe planearse para adaptar sus formas (difusión y divulgación) al Proyecto al que responde, al contexto actual, a sus públicos (internos y externos) y a lo que la sociedad precisa como resultado de esa investigación.

Es necesario, por tanto, gestionar el proceso comunicación del Proyecto, de manera integrada, tomando en cuenta vías formales e informales para la difusión y divulgación de los resultados, al tiempo que se garantiza un mejor desempeño en el trabajo de los equipos. Las acciones se corresponden con los documentos rectores del Proyecto y también con documentos rectores de su proceso de comunicación.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el presente artículo tiene como objetivo: abordar el uso de la (IA) y sus beneficios en la comunicación de un proyecto científico de Formación Ciudadana en la educación superior. Dicho abordaje se sustenta en una breve sistematización teórica y en el Plan de comunicación diseñado, con acciones implementadas y otras proyectadas para etapas venideras.

Materiales y métodos

Los resultados se derivan del análisis documental y bibliográfico, a partir de la consulta de libros y artículos científicos relacionados con: gestión de comunicación, comunicación científica e inteligencia artificial y comunicación de proyectos de investigación, específicamente. Asimismo, se nutre de la documentación base del Proyecto (Anexo 3 o Ficha del proyecto, Plan de resultados y Plan de actividades, entre otros), de la Estrategia de comunicación y del Manual de Identidad Visual. Este último normaliza los usos gráficos del identificador en diferentes medios y soportes.

La entrevista individual se aplicó a la jefa del Proyecto y a una de las gestoras, para conocer su visión del rol de la comunicación en el progreso de la investigación. También se realizó entrevista grupal a los investigadores. La muestra empleada fue de 17 miembros, de una población de 20.

El estudio exploratorio realizado permitió identificar las necesidades comunicativas para desarrollar el Proyecto. Asimismo, se pudo conocer las expectativas de gestores e investigadores en cuanto a la visibilidad e impacto de los resultados a alcanzar en cada etapa y se determinaron las vías a desarrollar en el transcurso de la investigación, para llevarla a feliz término.

En general, se espera que desde la gestión de la comunicación del Proyecto (interna y externa) se logre la integración de los investigadores en torno a los objetivos, metas y normas establecidas para llevar a cabo el Proyecto; se fomente del trabajo en equipo; se difundan y divulguen los resultados que se alcanzan en cada etapa, las actividades que se realizan y la importancia del estudio. La visibilidad y el alcance son aspiraciones compartidas, debido a la naturaleza formativa del Proyecto. Otro aspecto importante a destacar fue el cultivo de alianzas con otras instituciones de educación superior cubanas y extranjeras.

Sobre la base de la indagación realizada, se diseñó el Plan de Comunicación correspondiente a la primera etapa del Proyecto (2025), en el que se incluyen herramientas de la IA en función de lograr el objetivo propuesto.

Resultados

Plan de comunicación del proyecto de Formación Ciudadana para la formación integral de profesionales en la educación superior

A continuación, se socializan algunos de los aspectos generales del Plan de comunicación para la primera etapa del Proyecto (2025).

En respuesta a los resultados del estudio previamente realizado, se definieron los elementos esenciales ya mencionados, a fin de responder al objetivo de: Gestionar la comunicación integral del Proyecto, que incluye formas y canales para el flujo eficaz (interno y externo) en función de alcanzar los objetivos propuestos, al tiempo que se divulgan los logros obtenidos y se impulsa la participación en espacios propicios a la difusión científica (eventos, revistas, cursos y talleres).

Objetivos de comunicación:

- Integrar a los investigadores a los objetivos, metas y normas establecidas para el desarrollo del Proyecto.
- Fomentar el trabajo en equipo para la consecución de los objetivos propuestos.
- Difundir los resultados investigativos alcanzados en cada momento, por las vías adecuadas para su oportuna socialización en la comunidad académica y científica.
- Divulgar el accionar y los resultados alcanzados desde el Proyecto en las diferentes etapas, a través del empleo de vías formales e informales correspondientes a cada tipo de público.
- Fertilizar alianzas con otras instituciones de educación superior (IES) nacionales y extranjeras.

Públicos de interés:

- Públicos internos: investigadores del Proyecto
- Públicos externos: estudiantes de pregrado y posgrado, directivos de varias instituciones de educación superior (IES), investigadores de regiones distintas del país y también de otras latitudes, así como Organismos de la Administración Central del Estado (OACE).

Periodo: año 2025

Ejes temáticos:

- Funcionamiento interno del grupo de investigadores y los subgrupos de trabajo por objetivo
- Actividades que realizan los investigadores en torno al Proyecto
- Resultados de la investigación en las diferentes etapas

- Publicaciones científicas derivadas del Proyecto

Medios:

El plan de medios contempla canales formales e informales; soportes impresos y digitales; intercambio directo e indirecto; método de difusión *hardware*³ (teléfono, computadora y otros medios técnicos) y método de difusión *software*⁴ (orales o escritos). De esta forma, son diversas las vías para comunicar la ciencia que se hace a través de este Proyecto de investigación. En ese caso se emplean:

- Mensajería instantánea (WhatsApp), mensajes personales y grupales
- Página de Facebook (propia, ajenas, perfiles personales y grupos afines)
 - Correo electrónico
 - Perfiles de redes sociales académicas de los investigadores (ResearchGate y Google Académico)
 - Contactos cara a cara (nivel interpersonal, intragrupal e intergrupar)
 - Google meet (para reuniones virtuales)
 - Anuncios digitales

Acciones comunicativas desarrolladas:

I. Estratégicas:

- Diseño e implementación de la identidad visual del Proyecto, con objetivos de comunicación e imagen. Ello incluye el Manual de Identidad Visual para normalizar los usos y la aplicación de los recursos gráficos y los signos de identidad en los diferentes medios y soportes (papelería, presentaciones en power point y página de Facebook)

En este sentido, se contó con el apoyo de estudiantes del Instituto Superior de Diseño (ISDi) de la Universidad de La Habana.

- Diseño preliminar de la Estrategia de Comunicación (2025-2027) y el Plan de acciones comunicativas (2025).

II. Internas

- Creación del Grupo de WhatsApp del Proyecto, para el intercambio oportuno entre los investigadores miembros.
- Creación de un repositorio digital centralizado (usando herramientas como Notion o SharePoint con integración de IA).
- Creación de grupos de WhatsApp por cada uno de los equipos de trabajo.

³ Depende de una fuente de energía (eléctrica o mecánica) (Goldhaber, 2000, pág. 99)

⁴ Depende de la capacidad y habilidad para comunicarse, de los individuos implicados (Goldhaber, 2000, p. 99)

- Implementación de un programa de capacitación práctica dirigido a investigadores y estudiantes de posgrado, enfocado en el uso ético y estratégico de las herramientas de IA para la comunicación.
- Creación del correo electrónico del proyecto: formacionciudadana25@gmail.com
- Reuniones organizativas generales y por equipos de trabajo.
- Talleres científicos.
- Acciones formativas para investigadores, doctorandos y alianzas del Proyecto.
- Anuncios y convocatorias para eventos, como oportunidades para difundir resultados científicos derivados del Proyecto.

III. Externas

- Creación y actualización oportuna de la página del proyecto en la red social Facebook.
- Implementación en la página web institucional un chatbot especializado en las líneas de investigación de la institución, accesible 24/7 para cualquier ciudadano u organización.
- Desarrollo de un "kit de divulgación" multiformato que incluya una infografía, un video de 60 segundos y un comunicado de prensa (Usar Canva Magic Design o Gamma para generar propuestas de diseño a partir del resumen ejecutivo).
- Creación de una plataforma que identifique y visualice oportunidades de colaboración entre la institución, Organismos de la Administración Central del Estado (OACE) y otras universidades.
- Generación y creación de contenidos a publicar en las diferentes etapas del proyecto, con una frecuencia que responda a los cronogramas, las acciones y los resultados que alcanza el proyecto durante su desarrollo.
- Presentación de ponencias en el II Simposio Internacional Educación Superior, Sociedad y Desarrollo, como parte de la II Convención Científica Internacional "Saber UH" 2025.
- Presentación de ponencia en la XVII Edición del Evento Provincial de Informática para Jóvenes, INFOCLUB 2025.
- Socialización de convocatorias de eventos científicos nacionales e internacionales
- Socialización de posibilidades de publicación en revistas científicas.
- Se realizan conversaciones y se fertilizan alianzas con otras instituciones de educación superior (IES) nacionales de Las Tunas, Cienfuegos y Santiago de

Cuba. Entre las extranjeras se encuentran: Universidad de los Lagos (Chile), Universidad de La Sapiencia (Italia), Universidad Simón Bolívar (Colombia), Universidad Bolivariana (Ecuador) y Universidad de Panamá.

- El control y la evaluación se realizan sistemáticamente y se presentan informes parciales con frecuencia semestral.

Discusión

Como se refiere en el objetivo de este artículo, el propósito es abordar el uso de la (IA) y sus beneficios en la comunicación de un proyecto científico de Formación Ciudadana en la educación superior. Dicho abordaje se sustenta en un breve recorrido teórico y en el Plan de comunicación diseñado, con acciones implementadas en el actual periodo.

Uno de los aspectos que caracteriza el contexto global en la actualidad es, sin dudas, el desarrollo vertiginoso de la ciencia y la técnica, aparejado a una constante evolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). En este escenario, la inteligencia artificial (IA) cobra fuerza y tiene un impacto significativo en la vida de muchas personas, especialmente de quienes estudian o tienen inquietudes investigativas. Hacer uso de sus herramientas, desde la ética, puede facilitar procesos educativos, científicos y comunicacionales.

En el contexto de la educación superior, el influjo de la IA está presente en los tres procesos sustantivos (formación, investigación y extensión universitaria). Mientras, la comunicación como proceso estratégico y transversal encuentra aliadas en las herramientas de la IA, si se usan adecuadamente. En el caso específico de un proyecto de investigación sobre Formación Ciudadana en este nivel de enseñanza, la comunicación integral y la comunicación científica se apoyan en los beneficios que estas ofrecen.

El uso de la Inteligencia Artificial en la comunicación de resultados científicos en la educación superior

Las ciencias de la comunicación enfrentan nuevos retos en la sociedad contemporánea del siglo XXI, caracterizada, según afirma Krohling (2018), por la globalización y la revolución tecnológica de la información y sus consecuencias; por nuevos paradigmas para las ciencias sociales y la comunicación; nuevas formas de sociabilidad donde las instituciones y organizaciones desempeñan su actividad en nuevos contextos políticos, económicos, sociales, ecológicos y tecnológicos.

Refiere, además, que en la sociedad actual existe una amplia red de flujos de información interconectados y que esta utiliza las más diversas formas para interactuar por medio de internet, en la blogosfera, blogs, fotologs, wikis, wikipedia, redes y medios sociales, Facebook, Instagram, wi-fi, móviles disponibles, big-data, entre otros. A lo anterior se añade, en los últimos 5 años, el auge de la IA y sus más diversos usos, en las diferentes esferas y con objetivos disímiles.

Sobre la inteligencia artificial (IA), Frangou *et al* (2025) señalan que la misma está transformando prácticamente todos los ámbitos de la ciencia, y la publicación académica no es una excepción. Desde la edición automatizada de lenguaje hasta la revisión por pares asistida por máquina y el análisis de contenido a gran escala, las herramientas de IA se integran cada vez más en la escritura y publicación científica. La respuesta de la comunidad científica ha oscilado entre un optimismo cauto y un escepticismo manifiesto.

Por otra parte, las instituciones de educación superior no son las únicas organizaciones con encargo social de investigación y producción de nuevo conocimiento, pero, sobre todo a partir del cambio de paradigma universitario de centros conservadores y reproductores de conocimiento a centros innovadores y productores de saber, tienen dentro de su cometido, como una de sus misiones esenciales, la difusión del conocimiento y la innovación que generan, su puesta en práctica social, la activación de su condición vinculante con las urgencias del entorno y con las necesidades globales.

La comunicación, como proceso inherente a la actividad humana, está presente en todas las etapas de una investigación, cualquiera sea la naturaleza de esta o la ciencia a la que tribute. Por tanto, los científicos e investigadores se comunican entre colegas o pares todo el tiempo: en sus equipos de trabajo, a través de los *preprints* electrónicos o impresiones preliminares, en eventos o conferencias, a través de su correspondencia y, por supuesto, en la consulta y publicación de resultados obtenidos.

La combinación de la inteligencia artificial generativa en la comunicación y divulgación científica no es simplemente una adopción tecnológica, sino un catalizador para una reevaluación más profunda de las prácticas, valores y estructuras que rigen el ecosistema del conocimiento. Mientras nos adaptamos a esta nueva normalidad, es imperativo desarrollar estrategias que maximicen los beneficios de estas herramientas mientras se mitigan sus riesgos inherentes.

El camino a seguir requiere un enfoque interdisciplinario que abarque desde la formación y el desarrollo de líneas claras hasta la promoción de un cambio cultural que priorice la integridad, la transparencia y la calidad sobre la mera eficiencia. Un pilar fundamental para navegar esta nueva era es la promoción de la "alfabetización en IA" entre todos los actores del sistema científico. Esto no solo implica entender cómo funcionan estas herramientas, sino también ser conscientes de sus limitaciones, sesgos potenciales y las implicaciones éticas de su uso (Helmy *et al*, 2025).

El desarrollo que alcanza el conocimiento científico en la actualidad está muy ligado a la comunicación de los hallazgos hacia los diferentes públicos, especializados o no. Es por ello que la comunicación científica se caracteriza por difundir y divulgar los adelantos, según el público al que vayan dirigidos los mensajes. Asimismo, distingue para su estudio, vías formales e informales, aunque en la actualidad, la línea fronteriza entre ambas formas es bastante difusa, debido al desarrollo vertiginoso de las tecnologías en la era digital y con ello, al cambio de los medios impresos a los electrónicos.

La comunicación de la ciencia y la tecnología, según Trelles & Rodríguez (2017) debe concebir como un proceso dialógico, de construcción compartida desde el que se construyen valores de cultura científica que se comparten en contextos concretos, entre los que se encuentran las instituciones de educación superior (IES). En este sentido, aclaran que de esos procesos de comunicación científica debe participar la sociedad, lejos de los conceptos elitistas que aún persisten en algunos predios universitarios.

Es por eso que las comunidades científicas y académicas también se dirigen a públicos no especializados, para hacerlos parte, igualmente, de ese conocimiento; para socializarlo y que se apropien de este y lo usen en los diferentes ámbitos (local, territorial, regional o nacional) según corresponda. Ello conlleva, por supuesto, diferencias en la construcción y codificación del mensaje para unos y otros receptores y el lenguaje apropiado para cada caso.

En las IES se dispone de editoriales y de revistas científicas, se organizan eventos nacionales e internacionales favorables a la socialización de los nuevos conocimientos que se generan al interior de departamentos, facultades y centros de investigación. También interesa dar a conocer aportes al conocimiento, que surgen a través de alianzas con otras instituciones educativas, científicas y culturales del entorno. De estas vías formales se derivan libros académicos, artículos científicos, ponencias en eventos (seminarios, talleres, coloquios) que en la actualidad trascienden de espacios físicos a espacios virtuales, favorables a un mayor alcance.

La visibilidad deseada para esos resultados encuentra entonces, una aliada en la Internet, por lo que los sitios web, los foros, las revistas digitales, las redes sociales académicas (Google Académico y Research Gate) y también las personales (Facebook e Instagram) se convierten en vías informales, propicias para la difusión y la divulgación del conocimiento científico. Estos espacios, potenciados con el uso de la IA facilitan y vigorizan la comunicación de los nuevos conocimientos.

De acuerdo con Medina (2017), para que la ciencia avance acorde a las necesidades del momento actual, el proceso de comunicación científica de sus resultados debe poseer niveles de calidad acordes a los que se alcanzan en el propio proceso de investigación. En tal sentido, este empeño no debe descansar en esfuerzos aislados. Trelles & Rodríguez (2017) también aseveran que:

La comunicación de la Ciencia, lo mismo para entidades de educación superior que para espacios receptivos generales, supone más que creación, transmisión y recepción de significados en el campo de la cultura científica. Demanda la participación activa de emisores y receptores, la utilización profesional de recursos, técnicas y medios; un proceso, además, urgido de gestión, es decir, de planificación, evaluación y control. Entenderla de ese modo, tanto para los comunicadores y divulgadores como por los propios científicos, significa comprender que ella es parte consustancial de la ciencia, y no actividad al margen. (p. 32)

Por tales razones, la dimensión comunicativa en un Proyecto de investigación científica debe ser integrada en su gestión. Benítez (2025) refiere que, en el ciclo de gestión de

un proyecto, como parte de la organización, desde la comunicación se establecen canales efectivos para mantener informados a todos los miembros del equipo y a las partes interesadas. Desde esta óptica se refuerza la necesidad de concebirla no solo hacia los actores externos, pues a lo interno del Proyecto constituye un proceso vital para aglutinar a los miembros en torno a la consecución de los objetivos propuestos.

La comunicación no es un accesorio, ni una herramienta, ni un instrumento para facilitar los demás procesos, es un elemento constitutivo, un proceso en sí; transversaliza cada uno de los aspectos que componen la realización de un Proyecto y es, por tanto, inherente a su desarrollo. De este modo, no es un elemento que pueda dejarse a la improvisación, sino todo lo contrario, debe ser planeada cuidadosamente de principio a fin.

En correspondencia, Trelles (2014) considera la gestión de comunicación como una actividad deliberada, consciente, con objetivos determinados, en la que, a partir de concepciones teóricas claras, o al menos de una rica experiencia, “se planifiquen y ejecuten acciones comunicativas integradas en planes y estrategias, se controle sistemáticamente su ejecución y se midan sus resultados” (p. 121).

Desde los estudios de la comunicación estratégica, Cardoso (2002) define la estrategia de comunicación como el modo y sistema de influencias sicosociológicas destinadas a uno o por lo general varios públicos, a través de un conjunto relativamente amplio de acciones y medios de comunicación, durante un periodo de tiempo previamente establecido (3-5 años), persiguiendo objetivos en correspondencia con los intereses e intenciones de una determinada organización.

El Plan de Medios y Acciones de Comunicación (PMAC) que sugiere Cardoso (2002) como parte de la estrategia, constituye el componente práctico más importante de esta. En él se define el conjunto de acciones y medios de comunicación que se ejecutarán para cumplir los objetivos propuestos; teniendo en cuenta precisiones como el tiempo, presupuesto, espacio, responsabilidades, que organizarán el procedimiento a seguir. En este caso, se combinan objetivos de comunicación interna y externa con objetivos dirigidos a difusión y divulgación científica, específicamente.

Herramientas de comunicación vinculadas a la IA en la divulgación de resultados científicos

La realización herramientas de divulgación de resultados científicos se propone definir aspectos como: públicos de interés, objetivos y ejes temáticos; de los que se derivan los medios y acciones a realizar; según las condiciones del entorno y los recursos materiales, técnicos y humanos disponibles para estos fines. Asimismo, debe concebirse en correspondencia con cada etapa de la investigación y evaluar su repercusión en los públicos destinatarios.

Además, las herramientas de comunicación asistidas por IA ofrecen un gran apoyo en la divulgación científica, simplificando tareas que antes requerían mucho tiempo. Por ejemplo, Kudos actúa como un aliado para los investigadores, ayudándoles a

transformar sus publicaciones en resúmenes más accesibles y fáciles de entender, lo que facilita compartir su trabajo en distintas plataformas y llegar a un público más amplio.

Por su parte, TrendMD opera como un recomendador inteligente que sugiere artículos relevantes, conectando a los lectores con contenido que puede interesarles y ampliando así la visibilidad de las investigaciones. La selección de estas herramientas debe basarse en un análisis cuidadoso de su fiabilidad, su costo (muchas ofrecen modelos gratuitos con opciones de pago premium) y, sobre todo, en su cumplimiento con las políticas institucionales de privacidad de datos y protección de la propiedad intelectual.

La tabla a continuación resume algunas de las categorías y herramientas clave disponibles que pudieran utilizarse y apoyar en la actividad de comunicación.

Tabla 1

Categorías y herramientas a utilizarse en la actividad de comunicación

Categoría de Herramienta	Propósito Principal	Herramientas Destacadas	Modelo de Precio	Consideraciones Clave
Descubrimiento & Literatura	Visualización de redes de citas, recomendación semántica, gestión de referencias.	Research Rabbit, Connected Papers, Litmaps, Elicit, Keenious, Rayyan	Mayoritariamente gratuito con planes premium.	Evaluar la cobertura de la base de datos (ej. Open Alex vs. Semantic Scholar) y la facilidad de uso.
Redacción & Edición	Generación de ideas, estructuración de borradores, corrección gramatical y de estilo.	ChatGPT, Claude, Gemini, Writefull, Grammarly Business, DeepL Write	Mixto: gratis, suscripciones premium.	Riesgo de confusiones; verificar toda la información. Precaución con datos sensibles en versiones gratuitas.
Análisis & Sumarización	Extracción de datos de papers, síntesis de hallazgos, análisis de citas.	Consensus, Scholarcy, SciSummary, scite, StatReviewer	Mixto: gratuito, suscripciones premium.	Evaluar la precisión de la extracción de datos y la fiabilidad de la clasificación de citas (scite).
Comunicación & Disseminación	Creación de resúmenes de fácil lectura, aumento de la visibilidad, traducción.	Kudos, TrendMD, PubSURE, AutoExpert Academic	Generalmente gratuito para investigadores.	Considerar el alcance de la plataforma y cómo se alinea con los objetivos de

				divulgación.
Investigación Intensiva	Asistencia end-to-end para la investigación, incluyendo escritura y análisis.	Avidnote	Suscripción premium.	Ofrece un entorno integrado y seguro, ideal para proyectos que requieren alta privacidad.

Fuente: Tomado de Avidnote (2025) una plataforma de IA para investigadores desarrollada en Suecia.

La IA se ha convertido en una herramienta clave para conectar el mundo de la investigación con la comunicación científica. Un ejemplo destacado es el proyecto METIUS del Reino Unido (2023), un sistema a gran escala que funciona como puente entre investigadores y políticos. Esta plataforma emplea algoritmos inteligentes para analizar rápidamente estudios científicos y transformar hallazgos complejos en recomendaciones prácticas para quienes diseñan políticas públicas.

En la misma línea, la base de datos Overton (2024) utiliza sistemas de IA avanzados para hacer "matchmaking" entre expertos y oportunidades políticas. Imagínelo como un Tinder del conocimiento: cuando surge un debate legislativo sobre cambio climático, el sistema identifica automáticamente a los investigadores cuyos trabajos podrían aportar soluciones concretas. Estos modelos funcionan como detectores de coincidencias intelectuales, vinculando problemas reales con el experto adecuado.

Estas innovaciones están ayudando a resolver un desafío histórico: cómo hacer que el conocimiento académico no quede guardado, sino que se traduzca en acciones concretas. Lo que vemos es una revolución silenciosa donde la tecnología está convirtiendo la ciencia en una herramienta práctica para mejorar nuestra sociedad.

Tabla 2

Integración de la IA en las diferentes áreas de aplicación.

Área de Aplicación	Caso de Uso Específico	Herramienta/Tecnología Principal	Beneficios Documentados
Divulgación Pública	Traducción de artículos científicos a formato de historia accesible para el público.	Gubbi Labs' AI-powered system	Aumento de la comprensión y la confianza pública; mayor credibilidad de los científicos.
Comunicación Multimedi	Conversión de artículos académicos en presentaciones estructuradas y visuales.	Gamma.app, SlidesAI, AiPPT	Reducción del tiempo de preparación de presentaciones en un 70%; mejora de la calidad visual.

a			
Soporte Estudiantil	Chatbot de apoyo 24/7 para responder preguntas frecuentes y proporcionar recursos.	Macquarie University's Virtual Peer; Mainstay	Mejora de las calificaciones de los estudiantes en un 10%; mayor conectividad con la comunidad universitaria.
Comunicación Gubernamental	Análisis de noticias y documentos para la conciencia situacional y la redacción de borradores.	StateChat (State Dept.), Northstar (State Dept)	Procesamiento de información a gran escala; mejora de la eficiencia en la toma de decisiones.
Formación de Investigadores	Simulación de entrevistas y escenarios conversacionales para practicar habilidades de comunicación.	HAWKI with GPT-4o	Práctica segura y personalizada; retroalimentación inmediata y basada en criterios objetivos.
Conexión Ciencia-Política	Síntesis de evidencia científica para la formulación de políticas y conexión de expertos con oportunidades.	METIUS infraestructura Overton Engage	Cierre de la brecha entre la investigación y la aplicación práctica; toma de decisiones basadas en evidencia.
Automatización Académica	Evaluación automatizada de asignaciones post-laboratorio y entrega de retroalimentación personalizada.	Stemble AI Grading System	Reducción del 70% en la carga de trabajo de los TAs; consistentes y estandarizadas evaluaciones.

Fuente: Elaboración propia teniendo en cuenta el análisis de las publicaciones del proyecto METIUS⁵.

Para una comunidad que incluye desde estudiantes hasta tomadores de decisiones, estas herramientas actúan como colaboradoras que amplifican el impacto de la investigación (León & López-Goñi, 2025). Por ejemplo, asistentes de IA como ChatGPT o Consensus pueden transformar un manuscrito técnico en un artículo de divulgación accesible, generar hilos explicativos para redes sociales a partir de un resumen o incluso ayudar a redactar el guion para un podcast, llegando a audiencias que consumen información en formatos diversos. Esta capacidad no solo democratiza el conocimiento, sino que también posiciona a las instituciones educativas a la vanguardia de la comunicación científica moderna.

El verdadero potencial de estas herramientas se despliega cuando se utilizan con instrucciones específicas y un espíritu crítico. Investigadores como León y López-Goñi (2025) recomiendan emplear "prompts" detallados que asignen un rol a la IA, como actuar como un "divulgador científico con más de diez años de experiencia". Esta

⁵ El proyecto Mobilising Evidence Through AI and User-informed Synthesis (METIUS) está financiado por UK Research and Innovation (UKRI) a través de ESRC y el Natural Environment Research Council (NERC), con cofinanciación del Departamento de Ciencia, Innovación y Tecnología (DSIT).

técnica permite generar contenido riguroso pero ameno, ideal para conectar con la ciudadanía o para informes dirigidos a las instituciones.

Asimismo, plataformas especializadas como Scite.ai o ResearchRabbit ofrecen a los investigadores y directivos la capacidad de mapear el estado de un campo de estudio y verificar la solidez de las evidencias citadas, agilizando la toma de decisiones informadas basadas en la literatura científica (Wordvice, AI, 2024). Esta sinergia entre la capacidad humana de contextualizar y la potencia de procesamiento de la IA enriquece sustancialmente el producto final.

Es crucial recordar que las herramientas de IA no pueden ser consideradas autores de un trabajo, ya que no pueden asumir la responsabilidad por el contenido (Spinak, 2023). Revistas líderes como *Science* y *Nature* exigen transparencia; los autores deben declarar explícitamente en la sección de Métodos o en una nota de agradecimiento cualquier uso de IA en la redacción, edición o análisis de. Además, el fenómeno de las alucinaciones, por el cual la IA puede generar citas o referencias inexactas, hace indispensable una verificación humana minuciosa de todos los resultados. La inteligencia artificial es, por tanto, un copiloto poderoso, pero el piloto y último responsable debe ser siempre el investigador.

Conclusiones

El trabajo realizado permitió abordar el uso de la IA y sus beneficios en la comunicación del proyecto científico de Formación Ciudadana dirigido a la formación integral de los profesionales de la educación superior, a partir de un estudio exploratorio que permitió conocer las necesidades comunicativas y las expectativas de los investigadores en cuanto a la visibilidad e impacto de los resultados a alcanzar en cada etapa.

El abordaje se realizó sobre la base de los resultados obtenidos del estudio previo. Se dedicó un primer momento a exponer breves apuntes en torno al uso de la IA en la comunicación de resultados científicos de un proyecto de investigación en la educación superior. Se comentó acerca de las ciencias de la comunicación y sus retos en el siglo XXI, signado, sobre todo, por el desarrollo vertiginoso de las TIC y el auge del uso de la IA en todas las esferas. Asimismo, se trató sobre la comunicación de la ciencia, sus formas y vías, formales e informales; sobre su importancia en la educación superior para la socialización de nuevos conocimientos, así como las herramientas de IA que facilitan este proceso. Se subrayó también la necesidad de gestionar (planificar, organizar, ejecutar, controlar y evaluar) la comunicación en proyectos de investigación generados por las IES, para que la calidad de este proceso se corresponda con la calidad de los estudios y, de esta forma la ciencia avance.

Un segundo momento del abordaje se centró en la presentación del Plan de comunicación del proyecto de Formación Ciudadana correspondiente a su primera etapa (2025). Este constituye un aporte práctico esencial, donde se evidencia las acciones realizadas en el periodo, los medios empleados y el uso de la IA para lograr los objetivos propuestos.

Esta experiencia constituye una muestra de los beneficios que aporta el uso ético y oportuno de la IA para la comunicación de resultados científicos de un proyecto de investigación en la educación superior, como lo es el de Formación Ciudadana antes mencionado.

Referencias bibliográficas

- Avidnote (2025). *Plataforma de IA para investigadores*. <https://www.avidnote.com>
- Benítez, F. (abril de 2025). *La gestión de proyectos*. [Diapositiva PowerPoint]. Curso de gestión universitaria Centro de Estudios para el Perfeccionamiento de la Educación Superior (CEPES). La Habana.
- Cardoso, H. (2002). *Diseño de estrategias de comunicación*. Universidad de Oriente. Departamento de Comunicación Social.
- Frangou, S., Volpe, U. & Fiorillo, A. (4 de Julio de 2025). *AI in scientific writing and publishing: A call for critical engagement*. <https://doi.org/doi:10.1192/j.eurpsy.2025.10061>
- Goldhaber, G. (2000). *Comunicación Organizacional*. Pablo de la Torriente.
- Helmy, H., Jin, L., Alhossary, A., Mansour, T., Pellagrina, D. & Selvarajoo, K. (28 de octubre de 2025). *Diez reglas sencillas para el uso óptimo y cuidadoso de la IA generativa en la ciencia*. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1013588>
- Krohling, M. (25 de junio de 2018). *Los desafíos de la comunicación social en el siglo XXI*. Conferencia Magistral impartida, en el V Festival Internacional de Comunicación realizado en el Palacio de las Convenciones de La Habana.
- León, B., & López-Goñi, I. (marzo de 2025). *Comunicar la ciencia con la ayuda de la IA*. MicrobioBlog. <https://microbioblog.es/ia-como-herramienta-de-ayuda-para-la-comunicacion-de-la-ciencia>
- Medina, R. (3 de mayo de 2017). Ciencia y Comunicación Científica. *Rev. Cub. Tecnol. Salud*, 7(4). <https://revtecnologia.sld.cu/index.php/tec/article/view/817>
- Overton (1 de noviembre de 2024). *AI for policy: Scoping new tools & data for evidence synthesis*. Overton Blog. <https://www.overton.io/blog/ai-for-policy-scoping-new-tools-data-for-evidence-synthesis>
- Spinak, E. (30 de agosto de 2023). *Inteligencia Artificial y comunicación de investigaciones*. Blog SciELO en Perspectiva. <https://blog.scielo.org/es/2023/08/30/inteligencia-artificial-y-comunicacion-de-investigaciones/>
- Trelles, I. (2014). *Comunicación Organizacional, ¿ciencia, disciplina o herramienta?* Ediciones Logos.

Trelles, I. & Rodríguez, M. (2017). Comunicación y ciencia, un par indivisible. En M. Rodríguez y otros, *Comunicación y lenguaje de la ciencia* (pp. 13-32). Dirección de Publicaciones. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

UK Research and Innovation. (5 de octubre de 2023). *AI investment to transform global policy with scientific evidence*. UKRI. <https://www.ukri.org/news/ai-investment-to-transform-global-policy-with-scientific-evidence/>

Wordvice, AI. (2024). *Las 8 mejores herramientas de IA para la investigación en 2024*. Wordvice AI Blog. <https://wordvice.ai/es/blog/8-best-ai-tools-for-researchers>

Conflicto de intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.

Contribución de los autores: Los autores participaron en la búsqueda y análisis de la información para el artículo, así como en su diseño y redacción.