

La Inteligencia artificial como herramienta para la optimización de estrategias de comunicación en el Concejo de Medellín

Santiago Mejía Álvarez

Comunicador social, estudiante de Especialización en Relaciones Públicas

santiago.mejiaal@gmail.com

Sara Álvarez Trujillo

Comunicadora social, estudiante de Especialización en Relaciones Públicas

saraalvareztru@gmail.com

Resumen

Este trabajo busca analizar las implicaciones del uso de la Inteligencia Artificial (IA) en los procesos de estrategia comunicacional del Concejo de Medellín. A su vez, se pretende reconocer las percepciones sobre su uso dentro de las acciones comunicativas implementadas dentro de la institución. La investigación fue realizada a partir de un enfoque cualitativo el cual fue desarrollado mediante entrevistas y observaciones participantes realizadas a los comunicadores de dicha institución. El estudio se basa en tres categorías principales: herramientas de comunicación actuales, percepciones y usos de la IA y las consideraciones sobre su implementación a futuro. Los resultados de la investigación dejan en evidencia que herramientas como ChatGPT, CapCut, Canva e Illustrator son empleadas en la cotidianidad de las actividades de los equipos de comunicación, quienes además destacan la IA como un recurso que optimiza tiempo, fortalece la creatividad y complementa la labor del ser humano. Los comunicadores de la institución coinciden en decir que la inteligencia artificial no es un reemplazo de la funcionalidad humana, sino que por el contrario es un complemento que amplifica las capacidades, generando eficiencia y nuevos retos. Como conclusión al análisis realizado, se evidencia que el Concejo de Medellín se encuentra en un proceso de transformación comunicativa, donde sus comunicadores

se muestran con una actitud receptiva hacia las nuevas tecnologías y un aumento en la integración de herramientas digitales. Este proceso contribuye al fortalecimiento de la comunicación institucional, proyectando un modelo de gestión pública más ágil, participativo y acorde a lo que actualmente exige la sociedad.

Palabras claves

Inteligencia Artificial- comunicaciones- eficiencia- contenidos- herramientas

Abstract:

This study aims to analyze the implications of using Artificial Intelligence (AI) in the communication strategy processes of the Medellín City Council. It also seeks to identify perceptions regarding its use within the communicative actions implemented by the institution. The research was conducted using a qualitative approach, developed through interviews and participant observations with the institution's communication professionals. The study is based on three main categories: current communication tools, perceptions and uses of AI, and considerations regarding its future implementation. The results show that tools such as ChatGPT, CapCut, Canva, and Illustrator are commonly used in the daily activities of the communication teams, who also highlight AI as a resource that saves time, enhances creativity, and complements human work. The institution's communicators agree that artificial intelligence is not a replacement for human functionality; rather, it is a complement that amplifies human capabilities, generating efficiency and new challenges. In conclusion, the analysis reveals that the Medellín City Council is undergoing a communicative transformation process, where its communication professionals demonstrate an open attitude toward new technologies and an increasing integration of digital tools. This process contributes to strengthening institutional communication, promoting a more agile, participatory model of public management aligned with the current demands of society.

Keywords

Artificial Intelligence- communications- efficiency- contents- tools

1. Introducción:

Las relaciones públicas son un conjunto de estrategias y acciones que tienen como objetivo

construir, mantener y mejorar la imagen de una persona, organización, empresa o institución ante su público o audiencia (Black, 2004). Además, este ejercicio de la comunicación no solo se enfoca en lo que una organización dice, sino también en cómo es percibida por los demás (Aced, 2013).

La articulación entre las relaciones públicas y la inteligencia artificial se ha convertido en un ejercicio complementario, al mejorar la eficiencia y la personalización de la comunicación. Según Montilla (2023) la inteligencia artificial juega un papel importante en el monitoreo en tiempo real de la opinión pública en redes sociales y medios digitales.

A su vez, Castellanos (2019) aborda esta situación desde un punto de vista positivo, subrayando los factores beneficiosos que pueden traer hacer uso de estas tecnologías en la sociedad actual y hace referencia a las mejoras que se pueden aportar a los sistemas democráticos sin perder la importancia de una revisión detallada. Por su parte, Bajaña Cedeño (2025) señala la importancia de la supervisión humana en los procesos comunicacionales con inteligencia artificial cuando dice:

Los medios no deben simplemente monitorizar la inteligencia artificial; los periodistas deben conservar un papel activo, manteniendo el control editorial y la supervisión humana sobre la producción mediática asistida por IA, garantizando transparencia y responsabilidad frente al público (p. 28).

Para Carranza Barona et al. (2023), la investigación sobre inteligencia artificial en la administración pública, describe cómo la IA ha contribuido en los Estados Unidos a mejorar la eficacia y la eficiencia de los servicios relacionados con la gestión pública. El uso de la IA se está volviendo cada vez más indispensable en algunos procesos de la administración pública en su contribución a la mejora de la eficiencia, eficacia y transparencia de lo público.

La implementación de la inteligencia artificial en los procesos de administración pública ha servido como una herramienta para automatizar tareas administrativas, mejorar la eficiencia de los servicios públicos y tomar decisiones más informadas. Su uso se basa en la gestión de información, la cual permite clasificar documentación y atender las consultas de la ciudadanía (Carranza Barona et al., 2023).

Por su parte, Sandoya y Mawyin (2025) afirman que la inteligencia artificial representa una nueva forma de transformación en la manera en que las personas y las organizaciones enfrentan los desafíos actuales, facilitando su adaptación a nuevos entornos. En ese sentido, la inteligencia artificial ha transformado la forma en que las instituciones gubernamentales interactúan con los

ciudadanos, gestionan sus recursos y toman decisiones clave para el bienestar (Sandoya y Mawyin, 2025).

Esta herramienta cumple una función de facilitadora en el desarrollo de estrategias de gestión pública, las organizaciones se muestran cada vez más comprometidas con incluirla en sus procesos teniendo en cuenta que el futuro promete cada vez más innovación. La inteligencia artificial ha demostrado ser efectiva para automatizar tareas repetitivas y optimizar procesos en las instituciones gubernamentales (Sandoya y Mawyin, 2025).

La inteligencia artificial en la función pública no es más que el camino para trabajar de manera eficaz, transparente y estratégica poniendo como eje central la sociedad y el mejoramiento de las condiciones de vida a través de servicios eficientes. Ospina y Zambrano (2025) afirman que la modernización digital del Estado mediante el uso de los datos y IA promueve gobiernos más ágiles, abiertos e innovadores, con significativos aumentos en la eficiencia de las administraciones y en la calidad de los servicios.

Teniendo en cuenta que la inteligencia artificial cada vez llega a más espacios gubernamentales y que de allí se muestran beneficios en la función pública, se hace relevante esta investigación sobre el uso de la IA para las RRPP. Enfocada en el Concejo de Medellín, uno de los organismos de control del Distrito de Medellín.

El Concejo de Medellín es una corporación político-administrativa de elección popular, conformada por 21 concejales elegidos por voto popular para ejercer durante un periodo de cuatro años. Encargado de legislar, aprobar políticas, controlar la administración, estructurar la organización del municipio, regular territorio y el presupuesto, y elegir personero y contralor.

Cada concejal tiene un equipo que lo acompaña y pueden tener de 2 a 4 integrantes y hasta más dependiendo de su distribución presupuestal. Entre ellos se encuentra el equipo de comunicaciones, quienes se encargan de visibilizar su gestión a través de los diferentes canales informativos como las redes sociales y los medios de comunicación. Actualmente, la comunicación del Concejo de Medellín se distribuye en dos ejes. El primero, la oficina de comunicaciones, y el segundo, el apoyo comunicacional en las UTL (grupos de trabajo de cada concejal).

Por parte, la oficina de comunicaciones y relaciones corporativas del Concejo de Medellín es la encargada de hacer las mediciones de los servicios que presta la institución, conservando la imagen. Uno de los grandes retos que enfrenta la oficina de comunicaciones del concejo de Medellín es establecer una imagen uniforme teniendo en cuenta que cada uno de sus corporados

tiene inclinaciones políticas, intereses y enfoques diferentes es entonces neutralizar la comunicación lo que se convierte en un reto para los estrategias de comunicaciones de la oficina principal.

Actualmente las comunicaciones del Concejo de Medellín integran los intereses de todos los corporados, dejando a un lado el enfoque estratégico que le permita posicionarse institucionalmente. Juegan el papel de canal transaccional de comunicaciones y es ahí donde justamente está el reto para el equipo estratégico. El uso de herramientas tecnológicas actualmente es limitado, desde la oficina principal se realiza un trabajo orgánico para difusión, construcción y planeación de contenidos comunicacionales, esta institución no cuenta con herramientas oficiales de IA para sus procesos pese a que algunos de los comunicadores adscritos a los corporados hacen uso de las mismas de manera independiente para algunos de sus procesos.

El objetivo de la oficina de comunicaciones del Concejo de Medellín es ser ese puente entre la corporación y la ciudadanía. Informar, educar y generar participación sobre lo que sucede dentro del Concejo y los corporados que lo conforman. Del mismo modo, indagar en qué aspectos la IA podría transformar la dinámica comunicativa en el ámbito legislativo Distrital, valorando su impacto en la actualidad, transparencia y participación de cara a la ciudadanía. Identificando a partir del caso del Concejo de Medellín, estrategias y modelos comunicacionales de las nuevas tecnologías que permitan que los ciudadanos comprendan mejor las decisiones y procesos políticos. En este sentido, en este artículo se indaga **¿cómo puede la IA optimizar la gobernanza de los procesos comunicativos en el Concejo de Medellín?**

Es entonces como en esta investigación se busca analizar el papel de la Inteligencia Artificial en la optimización de los procesos de comunicación del Concejo de Medellín, focalizando esfuerzos en la oficina general de comunicaciones. Aprovechando las oportunidades que surgen con la integración de la IA en la gestión de la información y la interacción con la ciudadanía.

Actualmente, el Concejo de Medellín vive varias falencias comunicacionales que han afectado su imagen pública y la relación con la ciudadanía. Algunas de estas son: la falta de identificación clara de las necesidades de sus grupos de valor, una gestión deficiente de las peticiones ciudadanas (PQRSD), y una percepción negativa alimentada por la baja visibilidad de su labor de control político.

Implementar la IA en las comunicaciones del Concejo de Medellín permitiría optimizar

procesos, automatizar tareas repetitivas, personalizar mensajes para distintos públicos y mejorar la atención ciudadana con respuestas rápidas y permanentes. Además, facilitaría el análisis de datos y opiniones para una comunicación más estratégica, promoviendo la transparencia y el acceso a la información.

2. Marco Teórico

Comunicación externa

La comunicación externa, como práctica estructurada en las organizaciones, no tiene una fecha única de inicio, pero su desarrollo se vincula directamente con el auge de la comunicación organizacional y las relaciones públicas a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX (Cutlip et al., 2006).

Cutlip et al. (2006) mencionan que la función de las relaciones públicas —y, por tanto, de la comunicación externa— surge cuando las organizaciones necesitan establecer canales de comunicación continuos y estratégicos con sus públicos externos para lograr legitimidad, aceptación y éxito organizacional.

Gálvez (2007) refuerza el concepto de comunicación interior con la siguiente definición:

La comunicación externa es el conjunto de procesos y estrategias que utiliza una organización para proyectar su identidad e imagen hacia el entorno, mediante mensajes dirigidos a sus públicos externos, como clientes, medios, proveedores y sociedad en general (p.153).

El valioso diálogo entre el entorno institucional con la comunidad es fundamental para una buena ejecución de la comunicación externa. Costa (2004) sustenta que la comunicación externa es la proyección pública de la organización. Es el diálogo que establece con el entorno social, institucional y comercial, en el cual comunica su identidad, valores, acciones y propuestas.

Para Balarezo (2014) la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o promover sus productos o servicios.

La característica principal de la comunicación externa es que busca construir, mantener o

fortalecer la imagen pública de la organización. De igual manera, se caracteriza por su intencionalidad persuasiva, ya que los mensajes emitidos suelen estar orientados a influir en la percepción y las actitudes del entorno, generando confianza y reconocimiento social

Para Serrano Gil (2013), otra característica fundamental de la comunicación externa es su bidireccionalidad potencial.

“Aunque tradicionalmente se concebía como unidireccional la organización emitiendo mensajes al público, actualmente se entiende como un diálogo abierto donde los públicos también tienen voz e influyen en las decisiones comunicativas”. (p.13)

En síntesis, la comunicación externa es un proceso estratégico que permite a las organizaciones proyectar su identidad, valores y acciones hacia los públicos externos. Su propósito es construir y mantener una imagen positiva ante audiencias externas, destacando su función esencial en el posicionamiento y legitimación de la organización en contextos cada vez más complejos y mediáticos.

Gobernanza

Rhodes (1997) explica que el concepto de gobernanza comenzó a ganar relevancia a finales del siglo XX, especialmente en el contexto de la crisis del Estado de bienestar, el auge del neoliberalismo y la creciente interdependencia global. Surgió como una respuesta teórica y práctica a los límites del Estado para gestionar eficazmente los asuntos públicos la gobernanza mencionando que la naturaleza cambiante del Estado desde la década de 1980 ha implicado un cambio del gobierno a la gobernanza de un sistema jerárquicamente ordenado a uno en el que múltiples redes y actores interactúan. Del mismo modo, el autor declara que la gobernanza se refiere a un cambio en el significado de gobierno, denotando nuevos procesos de gobierno, nuevas condiciones de orden político, o nuevos métodos por los cuales se gobierna la sociedad.

Por su parte, Díaz Ortega (2018) afirma que la gobernanza implica una gestión de acuerdos cuyo objeto es el ciudadano y que consiste en transformar el funcionamiento de las organizaciones públicas mediante la participación de nuevos actores que van más allá del Estado tradicional. También señala que la gobernanza no se refiere únicamente a la capacidad de gobernabilidad, sino que representa una nueva forma de liderazgo público que integra la participación de múltiples actores y la gestión articulada de políticas.

Díaz Ortega (2018) plantea que la gobernanza es una respuesta a las limitaciones que trae el modelo burocrático tradicional del Estado. Manifestando que ya no se gobierna desde la jerarquías, sino desde la cooperación de múltiples actores públicos, privados y sociales para mejorar la toma de decisiones y la eficiencia en la gestión pública. “La gobernanza implica la articulación de esfuerzos interinstitucionales e intersectoriales para alcanzar fines comunes de desarrollo y bienestar ciudadano” (Díaz Ortega, 2018, p. 113).

Con relación a las dos definiciones anteriormente mencionadas, Brower (2016) señala que: “la gobernanza alude a formas de interacción horizontal entre el ámbito público, el privado y la sociedad civil, orientadas a la coordinación y cooperación en la gestión de los asuntos comunes” (p. 153). Para él gobernar ya no consiste solo en ejercer autoridad desde arriba, sino en coordinar redes y relaciones entre múltiples actores. La gobernanza para el autor es un concepto discursivo y político vinculado a las reformas del Estado y al lenguaje de la gestión pública moderna a través del cual se busca nuevas formas de gestión más participativas. (p. 160)

Aguilera (2021) señala que la gobernanza se posiciona como una herramienta clave para comprender las nuevas relaciones que se establecen entre el Estado, la sociedad y el mercado. En concordancia con lo planteado por los autores anteriores, Aguilera (2021) afirma que la gobernanza implica coproducción, interacción y participación de múltiples actores en los procesos de gestión pública. Para esta autora, la gobernanza se vincula con la gestión pública, con las ciencias sociales y con la acción colectiva; además, constituye una herramienta que permite analizar cómo la acción de los actores sociales y políticos transforma los procesos públicos.

Gerardo Avalle (2023) plantea que la gobernanza implica una forma de dirección pública donde múltiples actores más allá del Estado participan en redes y acuerdos entre diferentes sectores. Adicionalmente, afirma que la gobernanza está condicionada por diferentes contextos como: regionales, actores históricos y estructuras institucionales. Avalle, también genera una alerta donde manifiesta que la gobernanza no puede asumirse como un concepto universal porque podría generar percepciones sesgadas “la tesis sostenida en el texto afirma la necesidad de superar esta falsa dicotomía conceptual para evitar abordajes sesgados sobre las construcciones políticas regionales y los diagnósticos sobre la ‘calidad democrática’ de los países.” (Avalle, 2023, p. 29)

En síntesis, la gobernanza es un concepto que ha evolucionado para describir formas de

conducción y coordinación social más allá del modelo jerárquico del Estado, representando un cambio en el significado de gobierno, ejerciendo el poder para administrar los recursos económicos y sociales de un país, subrayando principios como la eficiencia, la rendición de cuentas y la transparencia. La gobernanza implica la participación de actores públicos, privados y del tercer sector en la gestión de asuntos colectivos, a través de la colaboración y la negociación. Caracterizándose por su naturaleza participativa, descentralizada, flexible y orientada a resultados, constituyendo un nuevo paradigma para entender cómo se toman decisiones y se resuelven problemas en contextos complejos y diversos.

Inteligencia Artificial

Para Russel y Norving (2010), la inteligencia artificial es el campo de estudio que busca comprender y construir entidades inteligentes, sistemas capaces de percibir su entorno y actuar de forma que maximicen sus posibilidades de obtener estrategias exitosas.

La inteligencia artificial nace a mediados del siglo XX en el contexto de avances en computación, lógica matemática y neurología. Aunque ideas sobre máquinas pensantes ya existían desde el siglo XIX (como la máquina analítica de Charles Babbage), fue en la década de 1950 cuando la IA se consolidó como un campo de estudio independiente (p.18).

Minsky (1986) ya intuía los grandes avances de esta herramienta cuando expuso su definición: La inteligencia artificial es la ciencia de hacer que las máquinas hagan cosas que requerirían inteligencia si las hicieran los humanos. Por su parte, Nilsson (2009) menciona que el campo de la inteligencia artificial se estableció oficialmente en 1956 en una conferencia en Dartmouth College, organizada por John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester y Claude Shannon. El autor destaca las cualidades de dicha herramienta pero a su vez reconoce la falta de acceso a la tecnología y la ausencia de capacidades para dominarla en ese momento señalando que tal vez por esa razón en esa época se presentó el primer fracaso de la IA, lo que describe como “el primer invierno de la IA”. En el texto, el autor manifiesta que para ese entonces los investigadores declaraban que las máquinas podrían llegar a reemplazar la inteligencia humana. Sin embargo, para él su implementación fue más lenta de lo esperado. Pero, más adelante Nilsson analiza los grandes avances de la IA argumentando cómo pasó de ser una simple herramienta medida por algoritmos a convertirse en un sistema capaz de representar conocimiento simbólico. Este autor reconoce la evolución de la IA a métodos basados en datos y hace una reflexión desde la ética profesional en la cual advierte

que su desarrollo debe enfocarse al beneficio humano y al entendimiento de la mente.

Por su parte, McCarthy (2007) define que la inteligencia artificial es la ciencia e ingeniería de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de computadora inteligentes, el autor reflexiona sobre el avance de la inteligencia artificial hacia la parte humana, comprometiendo la interacción entre el ser humano y la IA como clave para obtener resultados exitosos. Para este autor lo humano y lo tecnológico no son comparables. Sin embargo, afirma que la IA es una manera de modelar la cognición de forma precisa y formalizar el conocimiento. El autor reconoce que se han logrado grandes avances en áreas como el aprendizaje y los sistemas pero, hace énfasis en decir que todavía existen problemas complejos como la comprensión, la planificación y la adaptación flexible a nuevas situaciones. McCarthy (2007) resalta la importancia del razonamiento lógico y el conocimiento para crear sistemas que puedan acercarse a un nivel de inteligencia comparable al humano.

Russell y Norvig (2010) plantean que la inteligencia artificial es el estudio de los agentes que reciben percepciones del entorno y realizan acciones. Minsky (1986) ya intuía los grandes avances de esta herramienta cuando expuso su definición: La inteligencia artificial es la ciencia de hacer que las máquinas hagan cosas que requerirían inteligencia si las hicieran los humanos.

La inteligencia artificial se caracteriza por su capacidad para simular procesos cognitivos humanos, como el aprendizaje, la resolución de problemas, el razonamiento lógico, la percepción. Por medio de algoritmos y modelos computacionales, la IA permite a las máquinas analizar datos, reconocer patrones y tomar decisiones autónomas (Russell y Norvig, 2010). Por su parte, Fanjul Fernández et al, (2024) establecen como característica fundamental de la IA es su capacidad de contribuir con la gestión organizacional para mejorar el proceso de toma de decisiones gracias a la capacidad de resolver problemas y automatizar tareas. Como si fuera poco, esta tecnología puede operar en tiempo real, procesando grandes volúmenes de información de manera rápida y eficiente, lo cual la hace útil en diversos campos como la medicina, las finanzas, la industria, la educación y la comunicación (Russell y Norvig, 2010).

Marín-Palacios (2025) determina que la IA influencia distintos sectores de la vida social. Contribuye a mejorar la personalización de diversos servicios, como en la educación, la política, el comercio y muchas aristas más, adaptándose a las necesidades específicas de los usuarios; su capacidad de aprendizaje constante permite sistemas cada vez más

inteligentes, capaces de predecir comportamientos, optimizar recursos y resolver problemas complejos.

Levy (1999) aclara que la inteligencia artificial no llegó para reemplazar al ser humano sino para potenciar la inteligencia y la capacidad de procesar la información manifestando que a través de las máquinas es posible organizar y filtrar grandes cantidades de datos facilitando la toma de decisiones. Para él, la IA está en un ecosistema diverso en el que se mezclan máquinas, personas, ideas y redes de información, lo que se relaciona con su concepto de inteligencia colectiva. Este autor, además, genera la alerta de que la inteligencia artificial se debe utilizar bajo objetivos humanos.

Castells (2009) considera que la inteligencia artificial hace parte de los elementos que han llegado para transformar el trabajo, la economía y la comunicación en la sociedad. Él lo define como una tecnología que permite automatizar procesos cognitivos, acelerar la toma de decisiones y gestionar información de manera masiva. Desde su perspectiva la inteligencia artificial se integra a redes digitales lo que contribuye y valida su concepto de la sociedad en red. Para Castells la IA trae nuevos retos a nivel laboral pero a su vez unas cuantas desigualdades, advierte que causa eficiencia y productividad pero que trae consigo retos éticos como la privacidad, la vigilancia masiva y la exclusión digital.

Rogers (2003) considera la inteligencia artificial como una innovación tecnológica para la cual el éxito es absolutamente dependiente de cómo se opera en la sociedad, las organizaciones y las personas.

En cambio, Harari (2018) dice que la inteligencia artificial y los algoritmos están reemplazando las tareas físicas y cognitivas señalando que esto puede generar seres humanos inútiles de los cuales no se necesitarán sus habilidades porque las máquinas lo harán por ellos. El autor destaca la utilidad de la inteligencia artificial para el monitoreo y la generación de información y, a su vez plantea que los gobiernos y las corporaciones que dominan la IA tendrán ventajas enormes sobre los demás advirtiendo que el ser humano debe estar en la capacidad de controlar la IA, no al contrario.

3. Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que el objetivo era comprender cómo funciona actualmente la inteligencia artificial en el Concejo de Medellín y cuáles podrían ser las rutas para su implementación en el futuro, este interés implica la interpretación de

significados, experiencias, percepciones y contextos principalmente en torno a los procesos comunicativos. Según Paris (2017):

La metodología de la investigación cualitativa normalmente, entrega datos descriptivos y se refiere en su más amplio sentido a la investigación de las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y a la conducta observable a partir del estudio etnográfico (p. 5).

Se utilizó el método de estudio de caso. Este tipo de diseño metodológico hace posible un examen detallado y contextualizado de una institución en particular, en este caso el Concejo de Medellín, permitiendo reconocer cómo se manifiestan en la práctica sus dinámicas comunicativas y cuáles son las proyecciones para la implementación de la inteligencia artificial en dicho entorno. La elección del estudio de caso resulta adecuada porque como lo dice Arzola Franco (2019) se dirige a conocer con exactitud y llegar a caracterizar el desarrollo y las peculiaridades de un caso en cuestión, lo que permite describir y profundizar en los rasgos determinados de su individualidad y generar aportes que, si bien no buscan generalizarse, pueden servir como referente para pensar la incorporación de la IA en otras entidades públicas.

Las técnicas de recolección de información que fueron usadas son entrevistas semiestructuradas, revisión documental y observación. Se entrevistaron cinco comunicadores de diferentes UTL. Estos mismos fueron seleccionados desde una visión diferente de cómo ejercen sus responsabilidades comunicacionales y también desde puntos de vista políticos, dentro de las entrevistas se realizaron preguntas relacionadas con las estrategias empleadas en los procesos de comunicación del Concejo de Medellín, el uso de herramientas tecnológicas, qué tipos de herramientas se utilizan, qué acciones implementarían para optimizar procesos, etc. Del mismo modo, esto llevó a realizar una revisión de prácticas a través de entrevistas a los diferentes comunicadores de la entidad con el objetivo de conocer qué herramientas utilizan y cómo desarrollan sus obligaciones. Como complemento, se realizaron observaciones del trabajo comunicacional que se realiza en la entidad, desde el núcleo central de las comunicaciones de la misma, o de cada caso particular de las UTL. La información recolectada fue analizada mediante un análisis narrativo, lo que permitió interpretar los relatos, percepciones y experiencias de los actores involucrados en torno al uso de la inteligencia artificial. Además, desde un análisis de contenido para las observaciones participantes realizadas. Este enfoque de análisis posibilitó profundizar en los significados atribuidos a la IA como herramienta de comunicación entre el Concejo de Medellín y la comunidad, identificando no solo las prácticas actuales, sino también los imaginarios, expectativas y tensiones que emergen frente a su implementación.

Este trabajo fue realizado respetando los principios éticos de confidencialidad y bajo un previo

acuerdo con los entrevistados y observados. Cada uno de los participantes fueron informados sobre los objetivos de la investigación y dieron su consentimiento voluntario para contribuir con la investigación. Se garantizó el respeto de las fuentes de investigación, comprometidos con el anonimato de la información recolectada y el uso exclusivo para fines académicos. El estudio cumple con los requisitos exigidos por la ley para una investigación académica, respetando los lineamientos de la institución para la cual se está desarrollando.

A continuación, se detallan las personas entrevistadas en el proceso de recolección de la información con el fin de dar claridad a los resultados encontrados (Ver Tabla 1).

Tabla 1.

Entrevistados

COMUNICADOR	PARTIDO POLÍTICO	UTL A LA QUE PERTENECE
Comunicador 1	Creemos	Andrés Tobón
Comunicadora 2	Centro Democrático	Janeth Hurtado
Comunicadora 3	Centro Democrático	Sebastián López
Comunicador 4	Creemos	Santiago Narvaez
Comunicador 5	Pacto Histórico	Carlos Gutiérrez

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados:

Con el fin de dar cuenta al objetivo de la investigación se presentan los resultados de acuerdo con los temas centrales y más mencionados por los personajes entrevistados y de las observaciones. Los cuales son: (1) herramientas de comunicación actuales, (2) percepciones y sus de la IA en el Concejo y (3) las consideraciones sobre la IA a futuro.

4.1. Herramientas de comunicación actual en el Concejo de Medellín

En la actualidad, la oficina de comunicaciones del Concejo de Medellín, y cada comunicador de las UTLS de los concejales trabaja con la misma herramienta de Inteligencia Artificial: ChatGPT.

Esta herramienta es utilizada para la construcción de contenidos, planteamiento de ideas creativas y redacción de guiones. Se utiliza como una herramienta complementaria a las obligaciones de cada comunicador.

En el proceso de investigación y abordaje de las fuentes de este trabajo se encontró que, los encargados del área de comunicaciones del Concejo de Medellín y sus corporados, realizan algunas de sus tareas contractuales apoyados de diferentes herramientas tecnológicas como lo son: CapCut para edición de videos y Canva e Illustrator para piezas gráficas. Muestra de ello es la afirmación realizada por una de las comunicadoras entrevistadas, quien manifiesta qué: “utilizo CapCut, ChatGPT, Illustrator, Photoshop, PhotoRoom, esas más que todo”.

Teniendo en cuenta el registro de las entrevistas, se pueden evidenciar opiniones diversas con puntos de acuerdos. Todos los comunicadores abordados en el proceso de investigación coinciden en decir que la Inteligencia Artificial es una herramienta que facilita y complementa cada una de sus labores contractuales, prueba de ello son las afirmaciones realizadas por otra de las comunicadoras participantes, quien dice "bueno, Chat GPT, yo creo que se ha vuelto un infaltable hoy por hoy”.

En este punto de la investigación todas las fuentes abordadas coincidieron en catalogar la inteligencia artificial como una herramienta práctica para algunas responsabilidades, como la recolección de información, la creación de trinos y de guiones para sus videos, haciendo referencia que algunas herramientas convencionales pueden retrasar los procesos y afectar la inmediatez, así lo declaró la comunicadora 2 “en cambio, si lo vamos a hacer en After Effects¹, nos podemos demorar" y esto coincide en gran parte con las posición de la comunicadora 3 quien afirma qué: “Una herramienta artificial que me facilite como todo el desarrollo del storytelling sería muy útil" Por su parte el comunicador 4 coincide con dichas afirmaciones “Es muy importante la ayuda de inteligencia artificial para toda la construcción de temas como lo guiones y demás."

Dentro de los puntos de convergencia encontrados en esta investigación los comunicadores 1 y 3 resaltaron la función de la Inteligencia artificial como algo que cada vez se implementa más en diferentes espacios o plataformas “meta ya está utilizando mucha inteligencia artificial, entonces ella todo el tiempo nos está entregando datos” afirmó la comunicadora 3, mientras que el comunicador 1 dijo: “me parece mucho más útil la idea [de utilizar la inteligencia artificial] para generar videos o incluso imágenes, obviamente con responsabilidad"

Por otra parte, en las observaciones participantes realizadas se evidenció un trabajo de campo

¹ After Effects es un software de Adobe especializado en postproducción de video, efectos visuales y motion graphics. Se utiliza para crear animaciones, gráficos en movimiento, composiciones visuales y efectos especiales que se integran en películas, comerciales, videos musicales y contenido digital.

dependiente de herramientas digitales y de herramientas convencionales. Es decir, pese a que los comunicadores hacen uso de la inteligencia artificial para algunas de sus actividades contractuales como la generación de contenidos, también se evidencia que lo hacen de manera convencional a través de comités creativos, lluvias de ideas y reuniones.

Los espacios observados fueron reuniones de carácter importante dentro de la institución y se pudo identificar el uso de cámaras fotográficas, celulares y plataformas digitales, todas coexistentes.

El material registrado con cámara fotográfica y celular fue intervenido a través de diferentes plataformas digitales como Capcut, Photoshop, Canva. Lo que conversa con la posición de todos los comunicadores sobre el uso de herramientas dentro de sus actividades contractuales. Se pudo identificar que las herramientas como Capcut y Canva permiten hacer los trabajos de manera ágil cuando de urgencias se trata, pues son aplicaciones que se trabajan desde el celular lo que genera mayor inmediatez, mientras que las herramientas convencionales como Photoshop obligan al comunicador a hacer uso de computador y esto evidentemente entorpece la inmediatez que necesitan en algunos momentos. Se logra identificar que Capcut y Canva son clave para trabajos en caliente, cubrimientos de recorridos, eventos o acciones territoriales. y las herramientas convencionales para cosas más elaboradas.

4.2. Percepciones y uso de la IA en el Concejo de Medellín

Los diferentes actores en relación con las comunicaciones del Concejo de Medellín presentan una rotunda coincidencia en sus percepciones sobre el uso de la Inteligencia Artificial, y la reconocen como una herramienta clave en sus labores diarias. Mencionan que, de manera rápida, ésta tiene la capacidad de optimizar tareas, agilizar procesos de indagación de información, y fortalecer la producción de copys y creación de contenido institucionales. Del mismo modo, entienden que la IA no sustituirá su trabajo, sino que es un complemento que potencia la eficiencia y la creatividad dentro de su gestión. Esto se puede validar con la afirmación realizada por el comunicador 1 “La IA es necesaria para complementar, más no para eliminar la parte humana”. Al mismo tiempo el comunicador 1 realizó la siguiente claridad: “La inteligencia artificial nunca va a funcionar sin el humano.”

El factor tiempo es también uno de los puntos de acuerdo entre los comunicadores que conforman las comunicaciones del Concejo de Medellín, varios de ellos coinciden en que el uso de la inteligencia artificial les podría ayudar a ahorrar tiempo dentro de sus responsabilidades: “me ahorraría tiempo en el desarrollo de guiones y demás”, así lo manifestó el comunicador 1,

coincidiendo con la opinión del comunicador 4 “La IA genera más agilidad a la hora de trabajar...” complementando con la afirmación “pues siento que es un recurso que es bueno en el sentido de que le ayuda a uno a ser más ágil”

El Comunicador 4 manifiesta que “hace que uno optimice muchos tiempos y pueda ser más productivo”. Esta frase textual, se convierte en un común denominador de los entrevistados y de los demás integrantes de las comunicaciones en el Concejo de Medellín.

“Porque con la IA uno puede optimizar muchísimo más el trabajo” menciona el comunicador 5, sustentando la base de que la IA facilita la redacción y edición de contenidos, el monitoreo de medios, la segmentación de audiencias y la gestión de redes sociales, liberando tiempo para que los comunicadores se concentren en labores más estratégicas y creativas.

En síntesis, los protagonistas de las comunicaciones del Concejo de Medellín comparten una visión positiva frente a la percepción y el uso de la IA; considerándola un recurso esencial para hacer más eficaz y eficiente su trabajo en la cotidianidad. Coinciden en que esta tecnología contribuye a reducir tiempos y facilitar sus responsabilidades, fundamental en un área laboral donde todo es inmediato.

Concuerdan también con que, más que reemplazar la labor humana, la IA es vista como una aliada que impulsa la productividad y estimula la creatividad en el ejercicio comunicativo. Asimismo, evidencian entre comunicadores una disposición genuina por aprender y adaptarse a estas herramientas, reflejando apertura hacia la innovación y el fortalecimiento de los procesos internos y externos.

Dentro de las observaciones participantes realizadas se evidenció el esfuerzo que está haciendo la institución para empezar a implementar estas herramientas dentro de sus procesos.

El equipo de comunicaciones del Concejo de Medellín presentó el lanzamiento del nuevo rebranding de la institución a través el cual será implementada la Inteligencia Artificial. Desde este punto se pudieron identificar diferentes posiciones, la mayoría de ellas de divergencia pues manifiestan que no es un trabajo confiable. Sin embargo, demostraron apertura a la escucha y a ver resultados. Asimismo, dentro de los esfuerzos realizados por la institución para implementar nuevas prácticas mediadas por la Inteligencia Artificial estuvo también la reunión liderada por el SIMO con el objetivo de implementar la IA en la elaboración de informes y cuentas de cobro de todos los corporados del Concejo de Medellín. Ante este espacio, todos mostraron receptividad e interés por empezar a implementar esta herramienta considerando qué, el factor tiempo juega un papel importante para ellos. Esto converge con el resultado de las entrevistas donde la mayoría de comunicadores manifestaron que la inteligencia artificial es una herramienta que contribuye a optimizar tiempos.

4.3. Consideraciones sobre la IA a futuro

De acuerdo con las observaciones participantes realizadas, se puede decir que los diferentes espacios de aprendizaje por parte del Concejo de Medellín con sus comunicadores es un claro ejemplo de que la entidad se está preparando para afrontar los nuevos retos que la IA tiene preparada para la comunicación política pública.

Los profesionales del Concejo de Medellín procuran una actualización continua ante los avances de la inteligencia artificial. Esta disposición les permite incorporar herramientas emergentes en su estrategia, logrando la optimización de la gestión de contenidos y fortaleciendo la proyección pública de los concejales a quienes apoyan.

Dentro de los puntos de convergencia encontrados entre la mayoría de entrevistados se identificó que todos ven la Inteligencia Artificial como la herramienta que en el futuro les facilitará el desarrollo de sus actividades por ejemplo, el comunicador 5 manifestó “Superimportante. Me imagino la IA siendo una base principal porque ahí se le puede preguntar todo.” Algo que converge completamente con la posición del comunicador 4 quien afirma “la IA puede ayudar a mirar en qué estás fallando y reinventar una nueva estrategia.”

Dentro del proceso investigativo realizado también se encontraron puntos de posición entre los comunicadores cuando reconocieron que el Concejo de Medellín es una institución que aún le falta un trabajo fuerte que le permita integrar estas herramientas en todos sus procesos y verla como un aliado. De manera particular el comunicador 4 manifestó la importancia de la inteligencia artificial para conocer los diferentes públicos de interés de cada corporado y del Concejo en general, lo que conversa con la posición del comunicador 2 quien planteo que “Yo diría que la IA será indispensable en las estrategias políticas”.

Dentro de las observaciones participantes realizadas se evidenció que cada vez el entorno está exigiendo más a los profesionales y entidades para hacer uso de la inteligencia artificial en sus actividades, gracias a las entrevistas y observaciones realizadas se pudo identificar que la inmediatez, la creatividad y la eficiencia son coexistentes con la inteligencia artificial. Manifestado por todos los comunicadores, la inteligencia artificial es un complemento al trabajo cognitivo e intelectual que deben realizar dentro de sus funciones. Pues claramente, cuando hacen uso de esta herramienta los procesos se facilitan según manifiestan en el proceso de recolección de la información. Se realizó el análisis de cuánto se demora una persona pensando una idea sin apoyo de la inteligencia artificial y cuánto se demora una persona haciéndolo de manera orgánica y se encontraron aproximadamente 15 minutos de diferencia entre ambos procesos. Pero también se evidencia la disposición y esfuerzo que hacen personajes y entidades para formarse alrededor de estas herramientas. Se hizo presencia en dos espacios de capacitación y formación

para diferentes integrantes del Concejo de Medellín sobre la Inteligencia Artificial, lo que permitió reconocer una actitud receptiva, de escucha y aprendizaje.

En síntesis, se evidencia una clara preparación para enfrentar los desafíos que plantea la IA en el ámbito de comunicación política pública. Por medio de espacios de formación y de una actualización constante, los profesionales fortalecen sus capacidades de integrar herramientas tecnológicas que optimicen la gestión de contenidos. Todo ello con el propósito de aprovechar las capacidades y ventajas de la Inteligencia Artificial para mejorar la percepción ciudadana sobre el Concejo y consolidar una comunicación más cercana con la comunidad.

5. Conclusiones

Los resultados de esta investigación permiten concluir que la Inteligencia Artificial se ha convertido en una herramienta estratégica para la gestión de las comunicaciones del Concejo de Medellín. Los comunicadores reconocen en la IA un elemento complementario para optimizar tiempos, fortalecer la creatividad y mejorar la eficiencia en la producción de contenidos. Esta idea coincide con lo que afirma Levy (1999) cuando dice que las tecnologías amplían las capacidades humanas y fomentan nuevas formas de colaboración, acción y estrategia.

De esta misma manera se evidencia una transformación en los procesos comunicativos de la institución. La IA juega un papel clave para la rapidez y la fluidez de la información pública. Esta percepción se relaciona directamente con lo que habla Castells (2009) sobre comunicación y poder donde explica que poco a poco las instituciones se adaptan al entorno digital en un contexto en el que la información satura todos los canales posibles, convirtiéndose en una herramienta globalizada. De esa manera el Concejo de Medellín muestra un proceso de adaptación progresiva hacia una comunicación más digital apoyada por herramientas como ChatGPTI, CapCut y CANVA.

Es evidente la disposición positiva de los comunicadores del Concejo de Medellín para adoptar la IA en cada uno de sus qué haceres lo que se relaciona directamente con la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers (2003). Dicha actitud es beneficiosa para la institución y el liderazgo comunicativo en el sector público, aquí la tecnología se convierte en un recurso para fortalecer la transparencia y la eficiencia en los procesos.

A su vez, se observó que los comunicadores muestran una actitud receptiva frente al aprendizaje y la exploración de las herramientas de inteligencia artificial. Este interés refleja una disposición al cambio y una apertura hacia la innovación de la tecnología, entendiendo a la IA como un apoyo

estratégico para la optimización de los procesos institucionales, fortaleciendo la producción de contenido y la mejora de la interacción con la ciudadanía.

Las coincidencias encontradas revelan que, aunque los estilos de trabajo puedan variar, existe una convergencia casi total en las herramientas empleadas para la producción y gestión de contenidos dentro del Concejo de Medellín. Para los profesionales de la comunicación estas herramientas son sinónimo de creatividad, eficiencia e identidad comunicacional de cada actor dentro del Concejo.

Lo encontrado en esta investigación también converge con la teoría de Harari (2018), quien afirma que la inteligencia artificial redefine lo humano y lo tecnológico pero su verdadero valor está en la capacidad del ser humano de integrarlo en sus actividades de manera ética y creativa. En este trabajo, los comunicadores del Concejo de Medellín fueron enfáticos en que la IA no reemplaza la labor humana, sino que la fortalece y la amplifica siempre y cuando exista criterio de responsabilidad.

Finalmente, el análisis de esta investigación permite asumir que el Concejo de Medellín está avanzando de manera progresiva hacia la modernización de sus procesos, implementando la formación en IA para diferentes espacios y permitiendo que sus comunicadores accedan a ella como una herramienta de optimización, estrategia y eficacia. Esto justamente coincide con lo propuesto por McLuhan (1964) al expresar que cada nueva tecnología transforma la manera que percibimos y compartimos la realidad. La implementación progresiva de la IA no solo optimiza los procesos institucionales, sino que redefine la relación entre el Concejo y la ciudadanía, promoviendo una comunicación política más ágil, participativa e innovadora.

6. Referencias

- Aced, C. (2018). *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*: (ed.). Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/funlam/titulos/105393>
- Aguilera Hintelholher, R. M. (2021). La importancia de la gobernanza en el desarrollo de las ciencias sociales. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 28(92), 1–22. <https://doi.org/10.29101/crcs.v28i92.14529>
- Avalle, G. (2023). Gobernabilidad y gobernanza: enfoques en tensión. *Revista de Estudios Políticos*, 63, 1–25. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n63a04>

- Bajaña Cedeño, D. K. (2025). Transparencia y responsabilidad en el uso de la inteligencia artificial en medios de comunicación: análisis comparativo [Informe]. *Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació*. <https://doi.org/10.31009/coc.02.2025>
- Black, S. (2004). *Las relaciones públicas: qué es y cómo se practica*. Paidós Comunicación.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Carranza Barona, J. C., Segura Torres, V. E., & Defas Ayala, R. V. (2023). La inteligencia artificial en los procesos de administración pública: Artificial intelligence in public administration processes. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(6), 1485 – 1495. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1541>
- Costa, J. (2004). *La comunicación corporativa*. Paidós Comunicación.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. y Broom, G. M. (2006). *Effective public relations* (10.ª ed.). Pearson.
- Castellanos Claramunt, J. (2019). La democracia algorítmica: inteligencia artificial, democracia y participación política. *Revista General de Derecho Administrativo*, 50, 1–32.
- Díaz Ortega, C. H. (2018). Gestión pública del siglo XXI y sus pilares principales: ética y gobernanza. *Revista Colombiana de Contabilidad – ASFACOP*, 6(11), 105–119. <https://doi.org/10.56241/asf.v6n11.88>
- Fanjul Fernández, M. L., Pradana Pérez, F. J., Barceló Hernando, A., & Ferret Alcaraz, P. (2024). La IA como valor diferencial en la empresa: caso 123compareme. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1–21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-842>
- Grunig, J. E. y Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Harari, Y. N. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*. Debate.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Marín-Palacios, C. (2025). Inteligencia Artificial, desarrollo sostenible e igualdad de género. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–18. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1457>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man*. McGraw-Hill.
- Minsky, M. (1986). *The society of mind*. Simon & Schuster.
- Moore, S. y Xifra Triadú, J. (2015). *Relaciones públicas y la historia de las ideas*. Universitat Oberta de Catalunya. Digitalia. <https://www-digitaliapublishing-com.luisamigo.proxybk.com/a/43834>

- Montilla, J. (2023). *Inteligencia artificial y derechos de participación política*.
- Nilsson, N. J. (2009). *The quest for artificial intelligence: a history of ideas and achievements*. Cambridge University Press.
- Paris, J. A. (2017). LAS METODOLOGIAS DE INVESTIGACION DE LOS CUATRO ASPECTOS DE BASE DEL MARKETING ESENCIAL. CPMark - Caderno Profissional de Marketing, 5(1), 31+. <https://link.gale.com/apps/doc/A596818300/AONE?u=anon~a4e88878&sid=googleScholar&xid=0f7e19ab>
- Ospina Diaz, M. R., & Zambrano Ospina, K. J. (2023). Gobierno digital e inteligencia artificial, una mirada al caso colombiano. *Administración & Desarrollo*, 53(1), 1-34. <https://doi.org/10.22431/25005227.vol53n1.2>.
- Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance: governing without government. *Political Studies*, 44(4), 652–667. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb01747.x>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5.ª ed.). Free Press.
- Russell, S. J. y Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: a modern approach* (4.ª ed.). Pearson.
- Sandoya Yépez, L. K., & Mawyin Peña, M. D. (2025). La inteligencia artificial y su impacto en la gestión pública. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(1), 710 – 718. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3373>
- Serrano Gil, X. (2013). *La comunicación externa en la construcción y el posicionamiento empresarial* [Tesis de maestría, Universidad de La Sabana]. Repositorio Institucional Unisabana. <https://hdl.handle.net/10818/5520>

