

TRANSFORMACIÓN DE LOS CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN JÓVENES: DEL LENGUAJE SIMBÓLICO (EMOJIS) A LA INTERACCIÓN MEDIADA POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL

THE EVOLUTION OF DIGITAL COMMUNICATION CODES AMONG YOUNG PEOPLE: FROM SYMBOLIC LANGUAGE (EMOJIS) TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE-MEDIATED INTERACTION

Danna Estefanía Rosero Teran¹, Cynthia Shakira Enriquez Fierro²

{daroserote@uide.edu.ec¹, cyenriquezfi@uide.edu.ec²}

Fecha de recepción: 16/06/2026 / Fecha de aceptación: 08/07/2026 / Fecha de publicación: 08/07/2026

RESUMEN: El cambio del entorno digital ha sido visto como códigos de comunicación digital para los jóvenes que se han construido con herramientas de inteligencia artificial que afectan la producción y circulación de mensajes digitales. Este estudio es un estudio de cómo el uso de herramientas de inteligencia artificial puede influir en el desarrollo de códigos de comunicación digital de los jóvenes en Ecuador (de 18 a 25 años de edad), particularmente en torno a la autenticidad comunicativa, la expresión emocional y la construcción de significado. Se utilizó un enfoque de métodos mixtos y se empleó un diseño no experimental y un enfoque descriptivo. La fase cuantitativa fue una encuesta realizada a 400 jóvenes y la fase cualitativa utilizó entrevistas semiestructuradas con tres expertos en tecnología digital. Los resultados muestran que la síntesis de voz y la comunicación con inteligencia artificial se están utilizando con más frecuencia en la redacción de mensajes, la organización discursiva y el proceso creativo, pero los participantes aún no están muy dispuestos a tomar la iniciativa en la expresión emocional y la construcción de identidad digital. De manera similar, notamos mucho uso de emojis, stickers y memes como herramientas de comunicación primaria. Concluimos que la inteligencia artificial también mejora y transforma los códigos de comunicación juvenil, pero no reemplaza la autenticidad y creatividad de los usuarios.

Palabras clave: *Comunicación digital; Inteligencia artificial; Juventud; Redes sociales; Cultura digital*

¹Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Quito, Ecuador, <https://orcid.org/0009-0001-8733-4892>.

²Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Quito, Ecuador, <https://orcid.org/0009-0002-5389-9892>.

ABSTRACT: The changing digital landscape has been viewed as digital communication codes for young people that have been constructed using artificial intelligence tools, which influence the production and circulation of digital messages. This study examines how the use of artificial intelligence tools can influence the development of digital communication codes among young people in Ecuador (aged 18 to 25), particularly with regard to communicative authenticity, emotional expression, and the construction of meaning. A mixed-methods approach was used, employing a non-experimental design and a descriptive approach. The quantitative phase consisted of a survey of 400 young people, and the qualitative phase involved semi-structured interviews with three experts in digital technology. The results show that text-to-speech and AI-assisted communication are being used more frequently in message composition, discursive organization, and the creative process; however, participants are not yet very willing to take the initiative in emotional expression and the construction of digital identity. Similarly, we observed extensive use of emojis, stickers, and memes as primary communication tools. We conclude that artificial intelligence also enhances and transforms the codes of youth communication, but it does not replace users' authenticity and creativity.

Keywords: *Digital communication; Artificial intelligence; Youth; Social media; Digital culture*

INTRODUCCIÓN

Actualmente hablar de la juventud contemporánea, es fundamental examinar la existencia del ecosistema digital. Las redes sociales y los chats dejaron de ser solamente “ventanas”, se convirtieron en el espacio principal para la interacción social, la formación de la identidad y la expresión emocional. En Ecuador este acontecimiento tiene alta actividad digital: de acuerdo con Mentinno (1), más del 80% de la población en el país accede a Internet y un porcentaje considerable participa continuamente en las redes sociales, siendo los jóvenes el segmento con mayor interacción en varias plataformas digitales. En ese contexto se revela que la comunicación digital no solo está presente como un medio, más bien configura la experiencia de la juventud actual. En este entorno, la escritura tradicional ha perdido su posición central, cediendo ante códigos comunicativos más dinámicos y visuales, donde los emoticones, los memes y los diversos stickers encapsulan significados tanto emocionales como sociales. Crystal sostiene que el lenguaje digital ha ido evolucionado hacia formas híbridas las cuales combinan texto, imagen y simbolismo (2), mientras que Danesi argumenta que los emoticones constituyen un nuevo sistema semiótico el cual reinterpreta la comunicación en la era digital (3). Así mismo Valverde señala que la comunicación digital entre los jóvenes responde a una lógica de la inmediatez, donde la imagen tiene un papel crucial en la creación de significado (4).

Desde una perspectiva académica, varios estudios han evidenciado que estos códigos simbólicos son fundamentales en la comunicación digital, ya que permiten cubrir la carencia de elementos paralingüísticos que destacan la interacción cara a cara, como el tono de voz o los gestos. De esa manera, los emoticones y recursos visuales no solo enriquecen la comunicación, sino que también fortalecen la expresividad emocional y contribuyen a la construcción de identidad dentro de las comunidades digitales juveniles (3). Además, las investigaciones sobre jóvenes y cultura digital

señalan que los espacios virtuales se han convertido en contextos esenciales para el desarrollo social de los jóvenes, donde la comunicación adopta nuevas formas y significados (5). No obstante, en medio de esta evaluación comunicativa, está emergiendo un nuevo factor transformador: la inteligencia artificial. Herramientas como los textos predictivos, diversos asistentes virtuales y sistemas de contenido generativo están empezando a incorporarse en las conversaciones diarias, automatizando de manera parcial la producción del habla. Según Estanyol et al., la inteligencia artificial generativa transforma las interacciones digitales al intervenir directamente en la formulación de mensajes (6), mientras que Estrada Molina et al. sostienen que estas tecnologías modifican la dinámica comunicativa mediante nuevas formas de mediación algorítmica (7).

Sin embargo, esta transformación plantea preguntas apremiantes sobre la autenticidad, la creatividad y la construcción de significado en la comunicación digital de los jóvenes. La creciente automatización del lenguaje puede desplazar formas espontáneas de expresión hacia estructuras discursivas mediadas por algoritmos, afectando la autonomía comunicativa de los jóvenes. Al respecto, Türkl advierte que el uso intensivo de las tecnologías digitales puede afectar la calidad de la interacción humana (8), mientras que Floridi señala que la inteligencia artificial está transformando la forma en que los individuos afrontan, se comunican y construyen su realidad en la llamada “infosfera” (9). Si bien la literatura ha discutido ampliamente el impacto de la inteligencia artificial en los campos de la tecnología y la educación, aún existe un vacío significativo en el análisis de su impacto en los códigos simbólicos de la comunicación digital en el contexto latinoamericano. En particular, existe evidencia empírica limitada sobre cómo estas herramientas están transformando las prácticas de comunicación de los jóvenes de 18 a 25 años en Ecuador, particularmente en relación con la autenticidad, la creatividad y la expresión emocional en entornos digitales.

En este contexto, el objetivo de este artículo es investigar cómo la incorporación de herramientas de inteligencia artificial afecta el desarrollo de códigos de comunicación digital utilizados por jóvenes de 18 a 25 años en Ecuador, analizando específicamente su impacto en la autenticidad comunicativa, la expresión emocional y la creación de significado en el entorno digital. A partir de un enfoque empírico, este estudio busca aportar evidencia sobre la relación entre juventud, cultura digital e inteligencia artificial, contribuyendo a la comprensión de las nuevas dinámicas comunicativas emergentes en una sociedad cada vez más mediada por tecnologías algorítmicas (7).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para desarrollar el siguiente estudio se utilizó un enfoque mixto, permitiendo integrar información cualitativa y cuantitativa para comprender el impacto de la inteligencia artificial en los códigos de comunicación digital de los jóvenes. En el enfoque cualitativo se recopilaron datos estadísticos a través de una encuesta dirigida al rango poblacional seleccionado, con lo cual fue posible identificar niveles de percepción, comportamientos y tendencias relacionados a las variables de investigación. Del mismo modo, el enfoque cualitativo consistió en una entrevista semiestructurada a tres participantes seleccionados bajo criterios de pertinencia y experiencia

relacionados con el fenómeno de estudio, lo que permitió profundizar en sus opiniones y criterios, facilitando una interpretación detallada del estudio.

El enfoque mixto permitió complementar los datos estadísticos con información interpretativa y descriptiva, fortaleciendo el análisis general de la investigación y brindando una mayor comprensión del problema. Esta integración ayudó a entablar una relación entre los hallazgos cuantitativos y cualitativos obtenidos durante este proceso. La investigación se desarrolló respetando los principios éticos de participación voluntaria, consentimiento informado, confidencialidad y anonimato de la información proporcionada por los participantes. Se incluyeron jóvenes ecuatorianos de entre 18 y 24 años, matriculados en instituciones de educación superior del Ecuador y usuarios activos de entornos digitales, mientras que se excluyeron personas fuera del rango de edad establecido, quienes no pertenecían a una institución de educación superior o no completaron íntegramente el instrumento. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando estudiantes pertenecientes a instituciones de educación superior ubicadas en las regiones Costa, Sierra y Amazonía del Ecuador.

En la fase cuantitativa se realizó una encuesta estructurada para medir los aspectos relacionados con el uso de herramientas de inteligencia artificial, la frecuencia del uso de sugerencias automáticas, el impacto de la IA en la redacción de mensajes, la creatividad comunicativa, la expresión emocional y la percepción de dependencia tecnológica.

La información se recopiló mediante una encuesta estructurada conformada por 10 ítems, organizada para evaluar las dimensiones relacionadas con el uso de herramientas de inteligencia artificial, la frecuencia de utilización, la creatividad comunicativa, la expresión emocional, la autenticidad de los mensajes y la percepción de dependencia tecnológica. Los ítems fueron medidos mediante una escala tipo Likert de cinco puntos. Previamente a su aplicación, el instrumento fue sometido a un proceso de validación por juicio de dos expertos independientes, quienes evaluaron su pertinencia, claridad y coherencia. Asimismo, la consistencia interna del instrumento fue determinada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de $\alpha = 0.89$ lo que evidenció una adecuada fiabilidad para su aplicación en la investigación.

El estudio presentó un diseño no experimental y descriptivo, ya que estuvo orientado al análisis de las percepciones, características y comportamientos de los participantes, sin manipular las variables de investigación. La investigación descriptiva permitió identificar características, tendencias y percepciones relacionadas con el uso de la inteligencia artificial en la comunicación digital juvenil. Los datos obtenidos fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes para identificar tendencias o patrones asociados al uso de la inteligencia artificial en los procesos de comunicación digital juvenil.

En la fase cualitativa se recurrió a entrevistas semiestructuradas dirigidas a informantes clave, seleccionados por su experiencia profesional y conocimiento en comunicación digital, tecnologías emergentes e inteligencia artificial. Este panel estuvo conformado por docentes e ingenieros con trayectoria en estas áreas, cuya pericia permitió aportar una visión técnica y analítica sobre las prácticas comunicativas de los jóvenes y el impacto de la inteligencia artificial en la construcción

de los discursos digitales. La incorporación de estos especialistas tuvo como finalidad complementar e interpretar los resultados obtenidos en la fase cuantitativa, mas no sustituir la perspectiva de los jóvenes participantes.

RESULTADOS

Después de completar la recolección de datos, se llevó a cabo la revisión, limpieza y validación de las respuestas obtenidas para identificar inconsistencias o registros incompletos que puedan afectar la calidad de la investigación. Los datos fueron codificados e ingresados en una matriz de tabulación creada en Microsoft Excel, donde cada fila representaba a un participante y cada columna correspondía a una pregunta del instrumento aplicado.

Se utilizaron las frecuencias absolutas y porcentuales para el procesamiento estadístico, lo que permitió resumir los resultados a través de tablas y gráficos estadísticos. Cada pregunta se ordenó según el número de respuestas y el porcentaje del total de la muestra (n=400) y se tabuló como una pregunta separada. Este proceso nos permitió encontrar tendencias, percepciones y comportamientos hacia el uso de la inteligencia artificial en la comunicación digital entre los jóvenes.

Los resultados se presentaron de manera que se enfocaran en la relación entre los objetivos de la investigación, las variables estudiadas y los hallazgos. En primer lugar, se presentan los resultados cuantitativos de las encuestas aplicadas y luego los resultados cualitativos obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas, lo que nos permite sintetizar la información estadística e interpretar más a fondo el fenómeno estudiado.

Tabla 1. Frecuencia de edad de los encuestados.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
18-19	191	47,6%
20-21	120	30,1%
22-23	47	11,7%
24-25	42	10,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

La mayoría de los participantes tienen entre 18 y 19 años, representando el 47.6% de la muestra, mientras que los de 20 a 21 años están representados por el 30.1%. El grupo de edad de 22 a 23 años es el 11.7% y el grupo de edad de 24 a 25 años es el 10.5%. Esta es una muestra más alta de jóvenes en la adultez temprana, ya que están constantemente interactuando con entornos digitales y la última tecnología.

La distribución de edades de la muestra es de interés en este estudio, ya que algunos autores han señalado que los jóvenes son la clase de personas que se involucran en mayor medida en la

apropiación de tecnología y tecnologías digitales. Según Boyd, las plataformas digitales están en la raíz de la socialización, la construcción de identidad y los procesos de comunicación de las nuevas generaciones (5). De manera similar, Valverde argumenta que los jóvenes de hoy desarrollan una proporción significativa de sus interacciones a través de códigos de comunicación digital caracterizados por la inmediatez, la multimodalidad y los aspectos visuales, lo que justifica la relevancia de analizar el impacto de la inteligencia artificial en este grupo (4).

Tabla 2. Frecuencia de uso de herramientas de inteligencia artificial para redactar mensajes digitales.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	48	12,1%
Rara vez	97	24,2%
A veces	91	22,7%
Frecuentemente	118	29,4%
Siempre	46	11,5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026).

Según los resultados, el 40,9% de los encuestados utiliza frecuentemente o siempre herramientas de inteligencia artificial para redactar mensajes digitales y el 22,7% solo ocasionalmente. Por otro lado, el 36,3% rara vez o nunca las utiliza. Esto indica que la inteligencia artificial está integrada en el comportamiento de comunicación diaria de una proporción significativa de jóvenes. Este comportamiento es consistente con lo señalado por Estanyol et al., quienes sugieren que las herramientas de inteligencia artificial generativa se están integrando cada vez más en las dinámicas de interacción digital, lo que lleva a la creación y optimización de mensajes en diferentes situaciones de comunicación (6).

Tabla 3. Modificación de la comunicación digital a partir del uso de inteligencia artificial.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	41	10,30%
Poco	81	20,30%
Algo	139	34,80%
Mucho	106	26,40%
Totalmente	33	8,20%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

El 69,4% de los participantes cree que la inteligencia artificial ha cambiado la forma en que se comunican digitalmente de una manera u otra, mucho o poco, o totalmente. Estos resultados sugieren que la IA no es solo una herramienta tecnológica, sino también un elemento que configura nuevas formas de interacción. Como señalan Estrada Molina et al., la mediación algorítmica está transformando los procesos de comunicación al influir en la producción y circulación de mensajes dentro de los entornos digitales (7).

Tabla 4. Uso de sugerencias automáticas o texto predictivo.

Respuesta	Frecuencia (n=400)	Porcentaje
Nunca	63	15,80%
Rara vez	114	28,50%
A veces	131	32,70%
Frecuentemente	72	17,90%
Siempre	20	5,20%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

Al menos ocasionalmente, el 55,8% de los encuestados utiliza sugerencias automáticas o texto predictivo. Esto evidencia el creciente uso de sistemas automatizados en la comunicación cotidiana. Estos hallazgos son consistentes con lo planteado por Crystal, quien afirma que el lenguaje digital está cambiando constantemente debido a la incorporación de nuevas tecnologías que modifican las formas de escribir, interactuar y construir significado en Internet (2).

Tabla 5. Influencia de la inteligencia artificial en la redacción de mensajes digitales.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	78	19,40%
Poco	109	27,30%
Algo	132	33,00%
Mucho	61	15,20%
Totalmente	20	5,20%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

El 53,4% de los participantes cree que la inteligencia artificial influye de alguna manera, en gran medida o completamente en la forma en que redactan sus mensajes digitales. Esto indica que el discurso digital de los jóvenes está siendo moldeado por herramientas inteligentes. Estanyol et al. argumentan que la inteligencia artificial generativa entra en juego e influye en la forma en que se crean los mensajes, sugiriendo estructuras lingüísticas y alternativas discursivas que pueden cambiar la forma en que se comunican (5).

Tabla 6. Percepción de la inteligencia artificial como herramienta para mejorar la creatividad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	56	13,90%
Poco	94	23,60%
Algo	144	36,10%
Mucho	78	19,40%
Totalmente	28	7,00%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

El 62.5% de los encuestados dice que la inteligencia artificial puede aumentar de alguna manera, en gran medida o completamente la creatividad en sus conversaciones digitales. Estos datos sugieren que los jóvenes ven la IA como una herramienta que mejora las posibilidades expresivas e inspira ideas. Este hallazgo es consistente con Estanyol et al. (2025), quienes argumentan que las tecnologías generativas pueden mejorar los procesos creativos al proporcionar nuevas alternativas discursivas y recursos comunicativos (5).

Tabla 7. Cambios en la expresión emocional a partir del uso de inteligencia artificial.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	74	18,50%
Poco	104	26,10%
Algo	127	31,80%
Mucho	61	15,20%
Totalmente	34	8,50%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

El 55,5% de los participantes siente que el uso de la inteligencia artificial ha cambiado de alguna manera, en gran medida o completamente la forma en que expresan sus emociones en mensajes digitales. Estos hallazgos sugieren que la IA tiene un fuerte impacto en el lado emocional de la comunicación más allá del aspecto técnico del campo. Los códigos visuales y simbólicos son fundamentales para la expresión afectiva en la comunicación digital, pero los sistemas inteligentes también están introduciendo nuevas formas de mediación emocional en la comunicación virtual.

Tabla 8. Uso de inteligencia artificial para redactar mensajes emocionales o sensibles.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	133	33,30%
Rara vez	99	24,80%
A veces	101	25,20%
Frecuentemente	47	11,80%
Siempre	20	4,90%
Total	400	100%

Según los resultados, el 58.1% de los encuestados rara vez o nunca utilizan inteligencia artificial para redactar mensajes emocionales o sensibles. Esto muestra que la gente todavía asocia este tipo de comunicación con autenticidad y expresión personal. Boyd argumenta que las relaciones interpersonales desarrolladas en entornos digitales tienen una fuerte dimensión emocional y los usuarios buscan mantenerla viva mientras se involucran en una comunicación genuina (5).

Tabla 9. Nivel de dependencia percibida del uso de inteligencia artificial para comunicarse digitalmente.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	33	8,20%
Alto	51	12,70%

TRANSFORMACIÓN DE LOS CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN JÓVENES: DEL LENGUAJE SIMBÓLICO (EMOJIS) A LA INTERACCIÓN MEDIADA POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Medio	176	43,90%
Bajo	68	17,00%
Muy bajo	72	18,20%
Total	400	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada (2026)

Los resultados muestran que el 43.9% percibe un nivel medio de dependencia en el uso de la inteligencia artificial para la comunicación digital, mientras que el 20.9% considera que es alto o muy alto. Esto indica que la inteligencia artificial se ha incorporado en la vida de los jóvenes a pesar de no ser considerada un recurso indispensable. Esto está en línea con Estrada Molina et al., quienes argumentan que la tecnología inteligente permite nuevos tipos de dependencia funcional, sin reemplazar la participación humana en el proceso de comunicación (5).

Fase cualitativa

Se realizaron entrevistas semiestructuradas con profesores que utilizan herramientas digitales con más frecuencia en la comunicación. Este método nos permitió explorar las opiniones y experiencias de los participantes sobre el uso de la inteligencia artificial para la mensajería digital, las emociones y el desarrollo de códigos de comunicación juvenil. Las entrevistas se estructuraron en temas de los entrevistados, de modo que pudieran identificar los temas, así como los temas que surgieron en las conversaciones de los entrevistados.

De este proceso, surgieron cuatro categorías: uso cotidiano de la inteligencia artificial, cambios en las formas de comunicación, el impacto de la tecnología en la creatividad y la comunicación emocional y la percepción de la dependencia tecnológica. Estas categorías nos permitieron comprender mejor cómo se sienten los jóvenes acerca del uso de la tecnología en actividades digitales.

Tabla 10. Hallazgos cualitativos (Entrevistas).

Preguntas	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Síntesis
	MV MSC. En ingeniería y especialista en ciberseguridad	BB MSC. En ingeniería civil. Analista técnica de coordinación de proyectos del Banco de Desarrollo del Ecuador	GS Directora de "MUSA" Mujeres que se Apoyan	
Desde su perspectiva, ¿Con qué frecuencia utiliza herramientas de inteligencia artificial en sus conversaciones digitales?	En general para chats no requiero del uso de la inteligencia artificial, sin embargo, utilizo las herramientas de inteligencia artificial para la redacción de correos electrónicos.	La inteligencia artificial la uso muy frecuentemente para facilitar la redacción de documentos o reforzar algún tema de mi interés.	Frecuentemente si utilizo la inteligencia artificial, no para conversaciones digitales, si uso la inteligencia artificial para que el discurso quede más profesional y estilizado.	Las respuestas de los entrevistados muestran que la inteligencia artificial es parte de sus actividades de comunicación y profesionales, pero su uso varía según cada uno de ellos y de acuerdo con el trabajo y el contexto.
¿Considera que la inteligencia artificial ha modificado la forma en	Si se modifica, porque nos ayuda con la sinterización extensa de la información, pesé a tener conocimiento	Si se ha modificado, ya que los jóvenes hoy en día obtienen la información más rápido y de esta manera	No considero que los jóvenes utilizan la inteligencia artificial para conversaciones cotidianas,	Los entrevistados coinciden en que la inteligencia artificial ha cambiado la comunicación

TRANSFORMACIÓN DE LOS CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN JÓVENES: DEL LENGUAJE SIMBÓLICO (EMOJIS) A LA INTERACCIÓN MEDIADA POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL

<i>que se comunica digitalmente?</i>	previo, la inteligencia artificial nos ayuda a expandir la información, para poder llegar con mayor claridad a el tema a tratar o la redacción de documentos específicos que requieran un análisis amplio y detallado.	pueden dar una respuesta más eficiente en su forma de comunicarse a través de la era digital.	por el contrario, si hacen uso de las herramientas para fines académicos. En lo personal la inteligencia artificial me sirve como apoyo para darle sentido a lo que quiero expresar.	humana, a través del acceso al conocimiento y mejorando la organización de ideas y la redacción de mensajes.
<i>¿Con qué frecuencia utiliza funciones predictivas o sugerencias automáticas al escribir mensajes?</i>	En cuanto a textos predictivos utilizo la inteligencia artificial en mensajería instantánea y frecuentemente uso texto predictivo en documentos, que sirve como una ayuda para elaborar el documento y redactar correctamente la información. Tomando en cuenta que no siempre se debe confiar en la información arrojada por la inteligencia artificial, es recomendable revisar las fuentes.	Frecuentemente ya que en diversos lugares de trabajo se recibe la sugerencia de la inteligencia artificial para facilitar la redacción de correos electrónicos o la redacción de algún documento extenso.	Se utiliza más la inteligencia artificial para estudio de mercados en este caso en emprendimientos que necesiten mayores sugerencias predictivas para saber las tendencias de mercado. Anteriormente si utilice la inteligencia artificial, actualmente no hago uso de las sugerencias predictivas.	Los entrevistados coinciden en que las funciones predictivas y las sugerencias automáticas de la inteligencia artificial se utilizan principalmente para redactar documentos, correos electrónicos y mensajes en entornos académicos y laborales.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas aplicadas (2026).

Como indican los entrevistados, la inteligencia artificial es parte de su comunicación diaria. La IA se utiliza principalmente en contextos académicos, laborales y profesionales, y no en conversaciones personales. Se prefieren las herramientas de IA por su capacidad para hacer que la escritura sea más concisa y organizada. Las herramientas de IA son valoradas en correos electrónicos, documentos y comunicación formal. Esto indica que la inteligencia artificial se está integrando más en la comunicación digital como una herramienta para mejorar la escritura y producir contenido escrito sin socavar la interacción humana.

Estos hallazgos son consistentes con lo que señalan Sánchez Gonzales y Martos Moreno, quienes afirman que las plataformas digitales y los sistemas tecnológicos están transformando las dinámicas de producción y circulación de información, promoviendo procesos de comunicación más rápidos y eficientes (10). Como sugiere McQuail, las tecnologías de la comunicación modifican los canales y las formas de interacción, dando lugar a nuevas prácticas comunicativas basadas en el entorno digital (11). Las respuestas indican que los usuarios perciben la inteligencia artificial como una herramienta que mejora la eficiencia de la comunicación, pero que requiere supervisión humana para garantizar la precisión, la pertinencia y la adecuación al contexto. Esto significa que la IA no reemplaza las habilidades comunicativas de los jóvenes, sino que representa un cambio gradual en el comportamiento digital.

Los entrevistados reconocen que la inteligencia artificial ha supuesto un cambio importante en la forma en que las personas se comunican en línea, especialmente al facilitar el acceso inmediato a la información, ofrecer respuestas rápidas, mejorar la organización de los mensajes y optimizar la redacción. Estas herramientas contribuyen a mejorar la comunicación; sin embargo, la intención comunicativa y el juicio personal continúan siendo componentes esenciales en la elaboración de los mensajes.

Este resultado está en línea con Magadán, quien argumenta que la comunicación digital se está volviendo cada vez más multimodal, al converger distintos recursos tecnológicos para construir significado (12). De manera similar, Puertas Ribés sostiene que la comunicación digital integra de forma constante lenguaje, imagen y tecnología, generando nuevas formas de interacción que transforman los códigos comunicativos tradicionales sin sustituirlos por completo (13). Desde esta perspectiva, la inteligencia artificial constituye una herramienta que favorece el desarrollo de mensajes más estructurados y eficientes. No obstante, las respuestas muestran que la construcción del significado continúa dependiendo de las decisiones humanas y que la tecnología actúa como mediadora del proceso comunicativo, más que como un sustituto de la capacidad expresiva de las personas.

Las respuestas sugieren que las funciones predictivas y las sugerencias automáticas se utilizan principalmente para redactar documentos, correos electrónicos y mensajes formales. Los entrevistados señalan que estas herramientas permiten ahorrar tiempo, mejorar la estructura de los textos y organizar mejor la información, especialmente en los ámbitos académico y profesional.

Sin embargo, enfatizan la necesidad de revisar y verificar el contenido generado antes de utilizarlo, ya que la inteligencia artificial puede producir errores o interpretaciones inadecuadas. Este hallazgo también coincide con lo señalado por Ducuara González (14) y Cantos Pinto y Carrera Moreno (15), quienes sostienen que las nuevas tecnologías están modificando los hábitos comunicativos de los jóvenes sin disminuir su participación crítica y consciente en la construcción de los mensajes.

DISCUSIÓN

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la tensión existente entre la percepción de los jóvenes y la valoración realizada por los expertos respecto al impacto de la inteligencia artificial en la creatividad comunicativa. Mientras una proporción importante de los participantes considera que estas herramientas potencian la generación de ideas, facilitan la organización del discurso y favorecen la producción de contenidos, los especialistas entrevistados sostienen que el uso reiterado de sistemas generativos puede promover la estandarización del lenguaje y disminuir la espontaneidad en la construcción de los mensajes. Esta diferencia evidencia que la creatividad no puede reducirse a la rapidez con la que se produce un texto, sino que también depende de la originalidad, la capacidad de adaptación al contexto y la expresión de la identidad personal.

Estos resultados se relacionan con los planteamientos de Floridi, quien sostiene que la inteligencia artificial está transformando los procesos de producción, circulación e interacción de la información en los ecosistemas digitales (16), así como con Estanyol et al., quienes señalan que los sistemas de IA generativa participan cada vez con mayor frecuencia en la elaboración cotidiana de contenidos (6). No obstante, los hallazgos del presente estudio muestran que dicha participación continúa estando mediada por la intervención humana, ya que los jóvenes

modifican, adaptan y personalizan las respuestas generadas por estas herramientas antes de incorporarlas a sus procesos comunicativos.

Desde la perspectiva de la evolución del lenguaje digital, los resultados coinciden con Crystal, quien afirma que la comunicación en Internet experimenta transformaciones permanentes impulsadas por los avances tecnológicos y los cambios socioculturales (2). Asimismo, Magadán plantea que la comunicación contemporánea debe comprenderse desde una lógica multimodal en la que convergen texto, imagen y recursos tecnológicos (12), mientras que Puertas Ribés destaca que la integración entre lenguaje verbal y elementos visuales constituye una de las principales características de la comunicación digital actual (13). En este contexto, la inteligencia artificial representa un nuevo componente de este ecosistema comunicativo, sin desplazar los códigos tradicionales utilizados por los jóvenes.

Sin embargo, la interpretación realizada por los expertos introduce una perspectiva crítica que complementa estos planteamientos. Aunque la IA facilita la producción de contenidos y optimiza los procesos de escritura, el uso excesivo de sugerencias automatizadas podría favorecer estructuras discursivas similares, reducir la diversidad lingüística y limitar la originalidad espontánea. Esta apreciación coincide con los planteamientos de Turkle, quien advierte que las tecnologías digitales amplían las posibilidades de interacción, pero también pueden modificar la forma en que las personas construyen relaciones y expresan su individualidad (17). En la misma línea, Ducuara González sostiene que el significado y la autenticidad de la comunicación continúan dependiendo de la experiencia subjetiva de los individuos y no exclusivamente de los recursos tecnológicos empleados (14).

Los resultados también permiten interpretar que la creatividad comunicativa juvenil continúa apoyándose en recursos propios del lenguaje digital, como emojis, stickers y memes. En este sentido, Sampietro sostiene que los stickers constituyen una evolución de la comunicación digital al transmitir emociones y significados de forma rápida y contextualizada (18), mientras que Soto Ochoa et al. destacan su papel en el fortalecimiento de la identidad grupal y la expresión emocional (19). De igual manera, Jenkins, Ito y boyd afirman que las culturas digitales se caracterizan por la participación activa, la colaboración y la creación colectiva de contenidos, aspectos que permanecen vigentes en los resultados obtenidos (20). En conjunto, la evidencia sugiere que la inteligencia artificial no reemplaza la creatividad juvenil, sino que redefine sus formas de expresión dentro de un modelo comunicativo híbrido, en el que la eficiencia tecnológica convive con la autonomía, la identidad y la capacidad crítica de los usuarios.

CONCLUSIONES

La investigación permitió cumplir el objetivo general de comprender el impacto de la inteligencia artificial en los códigos de comunicación de los jóvenes en entornos digitales. Los resultados demuestran que estas herramientas se han incorporado de manera significativa a las prácticas comunicativas juveniles como recursos para la redacción, organización de ideas y optimización de la escritura; sin embargo, su utilización no sustituye la intervención humana, ya que la intención, el significado y la decisión final sobre los mensajes continúan dependiendo del usuario. En

consecuencia, la comunicación digital juvenil se configura como un modelo híbrido en el que convergen las capacidades humanas y las tecnologías basadas en inteligencia artificial.

Asimismo, se concluye que la inteligencia artificial fortalece determinados procesos comunicativos al mejorar la claridad, coherencia y eficiencia de los mensajes, sin desplazar los códigos tradicionales de interacción digital. La creatividad, la identidad y la expresión emocional continúan manifestándose mediante recursos propios de la comunicación juvenil, como emojis, stickers y memes, lo que evidencia que la innovación tecnológica complementa, en lugar de reemplazar, las formas de comunicación previamente consolidadas.

Finalmente, el estudio aporta evidencia de que la incorporación de la inteligencia artificial está redefiniendo las prácticas comunicativas de las nuevas generaciones desde una perspectiva de apoyo tecnológico y no de sustitución de la autonomía comunicativa. Estos hallazgos contribuyen a ampliar la comprensión científica sobre la evolución de la comunicación digital y constituyen una base para futuras investigaciones que analicen los cambios derivados del avance continuo de la inteligencia artificial en diferentes contextos sociales, educativos y culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mentinno. Estado digital Ecuador 2025 [Internet]. Guayaquil: Mentinno; 2025 [citado 2026 Jul 8]. Disponible en: <https://www.mentinno.com/descarga-informe-estado-digital-ecuador-abril-2025/>
2. Crystal D. *Internet linguistics: A student guide*. London: Routledge; 2011. Disponible en: <https://www.routledge.com>
3. Danesi M. *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the Internet*. New York: Bloomsbury Academic; 2017. Disponible en: <https://www.bloomsbury.com>
4. Valverde C. Lenguaje simbólico digital y construcción de identidad en la comunicación juvenil. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2023;29(2):315-327. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/esmp.84567>
5. boyd d. *It's complicated: The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press; 2014. Disponible en: <https://www.yalebooks.yale.edu>
6. Estanyol E, Fernández-Ardèvol M, López-Borrull A, Fernández-de-Castro P, Costa Gálvez L. Perception and use of generative AI among corporate communication students in higher education: Adjusting expectations. *Cuadernos.info*. 2025;62:250-272. Disponible en: <https://doi.org/10.7764/cdi.62.89632>
7. Estrada Molina O, Rincón-Flores EG, Mena J. Inteligencia artificial y comunicación: Mediación crítica y educomunicativa. *Index.comunicación*. 2026;16(1):13-36. Disponible en: <https://doi.org/10.62008/ixc/16/01Artifi>
8. Turkle S. *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*. New York: Penguin Press; 2015. Disponible en: <https://www.penguinrandomhouse.com>
9. Floridi L. *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford: Oxford University Press; 2014. Disponible en: <https://global.oup.com>

10. Sánchez Gonzales HM, Martos Moreno J. Production and distribution of media news on Telegram. *Communication & Society*. 2023;36(1):95-112. Disponible en: <https://doi.org/10.15581/003.36.1.95-112>
11. McQuail D. *McQuail's mass communication theory*. 6th ed. London: Sage Publications; 2010. Disponible en: <https://us.sagepub.com>
12. Magadán C. Textos figurados: apuntes sobre la escritura multimodal en intercambios adolescentes. *Enunciación*. 2021;26(Número especial):102-119. Disponible en: <https://doi.org/10.14483/22486798.16801>
13. Puertas Ribés E. Lengua e imagen en la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 2026;106:281-283. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/clac.108483>
14. Ducuara González Y. Nómades electrónicas. Lo que nos dicen las escrituras de los jóvenes: había que echarse a andar nuevamente. *Soletras*. 2025;51:835-841. Disponible en: <https://doi.org/10.12957/soletras.2025.88396>
15. Cantos Pinto AI, Carrera Moreno GW. La jerga juvenil y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes de bachillerato. *Revista Universidad de Guayaquil*. 2025;139(1):82-101. Disponible en: <https://doi.org/10.53591/rug.v139i1.933>
16. Floridi L. *The ethics of artificial intelligence: Principles, challenges, and opportunities*. Oxford: Oxford University Press; 2023. Disponible en: <https://global.oup.com>
17. Turkle S. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books; 2017. Disponible en: <https://www.basicbooks.com>
18. Sampietro A. El auge de los stickers en WhatsApp y la evolución de la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 2023;94:271-285. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/clac.83860>
19. Soto Ochoa CL, Santín-Picoita FG, Henríquez-Mendoza EF, Calva Cabrera KD. Stickers en WhatsApp: Etnografía digital en estudiantes de comunicación. *Razón y Palabra*. 2025;29(124):27-39. Disponible en: <https://doi.org/10.26807/rp.v29i124.2304>
20. Jenkins H, Ito M, boyd d. *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge: Polity Press; 2016. Disponible en: <https://www.politybooks.com>