

Inteligencia artificial y *big data*: nuevos paradigmas de la Comunicación Política y la Gobernanza Digital

Artificial Intelligence and Big Data: New Paradigms of Political Communication and Digital Governance



Daniel Javier de la Garza Montemayor
Universidad de Monterrey, México.
daniel.delagarza@udem.edu
@dandelagarza
ORCID: 0000-0001-6962-9059



Carlos Gómez Díaz de León
Universidad Autónoma de Nuevo León,
México.
carlos.gomezdz@uanl.edu.mx
ORCID: 0000-0001-6796-5569

Cómo citar el artículo

De la Garza Montemayor, Daniel Javier y Gómez Díaz de León, Carlos (2024): «Inteligencia artificial y *big data*: nuevos paradigmas de la Comunicación Política y la Gobernanza Digital». *Revista Más Poder Local*, 56: 9-26. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.214>

Resumen

El espacio público y las democracias contemporáneas se han visto influenciadas por los recientes desarrollos tecnológicos derivados de las redes sociales, la virtualidad y la era digital. Específicamente el avance obtenido en el uso de la inteligencia artificial y la importancia del *big data* representan variables fundamentales que inciden en la vida social y que enriquecen el campo de estudio de la Comunicación Política y de la Ciencia Política, en la medida en que se ocupan de aspectos teóricos y prácticos de la política, los sistemas políticos, los comportamientos de la sociedad y las relaciones que en ella se desarrollan (Viñas *et al.*, 2023: 45). En este contexto, partimos de la hipótesis de que la comunicación política en sus dimensiones de comunicación electoral y comunicación gubernamental se ha visto fuertemente influenciada por el desarrollo de estas dos variables que caracterizan la era digital: la IA y el *big data*. A partir de un análisis teórico y documental de la producción de diversos especialistas en los ejes temáticos propuestos, el objetivo del estudio es identificar el impacto de estas dos variables en tres aspectos, a saber: las formas de comunicación gubernamental, las campañas gubernamentales, y la gestión pública y la gobernanza digital. La selección bibliográfica obedece fundamentalmente a la actualidad de las referencias en cada tema y al reconocido prestigio de los autores seleccionados en cada materia. Las limitaciones del documento obedecen a lo incipiente de los estudios prácticos sobre estas variables en contextos latinoamericanos y en la debilidad de una política digital nacional en la mayoría de estos países. Se puede inferir que el acceso a la nueva era de conocimiento y virtualidad implica establecer en nuestra región centros de investigación y enseñanza en materia de IA, así como la consolidación de registros públicos y de bases de datos para la toma de decisiones y sopesar los riesgos éticos que todas estas transformaciones traen consigo a las sociedades modernas. Como agenda investigativa, el impacto de la IA en el futuro inmediato todavía plantea más preguntas que respuestas y más aún en campos como la comunicación y la política que tienen como insumo fundamental la información y sus interacciones en los espacios públicos.

Palabras clave

Comunicación política; *big data*; inteligencia artificial; gobernanza digital.

Abstract

Public space and contemporary democracies have been influenced by recent technological developments derived from social networks, virtuality and the digital age. Specifically, the progress obtained in the use of artificial intelligence and the importance of big data represent fundamental variables that affect social life and that enrich the field of study of political communication and political science, to the extent that they deal with of theoretical and practical aspects of politics, political systems, the behaviors of society and the relationships that develop in it (Viñas et al. 2023: 45). In this context, we start from the hypothesis that Political communication in its dimensions of electoral communication and government communication has been strongly influenced by the development of these two variables that characterize the digital era: AI and big data. Based on a theoretical and documentary analysis of the production of various specialists in the proposed thematic axes, the objective of the study is to identify the impact of these two

variables in three aspects, namely: the forms of government communication, in government campaigns and in public management and digital governance. The bibliographic selection is fundamentally due to the timeliness of the references in each topic and the recognized prestige of the authors selected in each subject. The limitations of the document are due to the incipient nature of practical studies on these variables in Latin American contexts and the weakness of a national digital policy in most of these countries. It can be inferred that access to the new era of knowledge and virtuality implies establishing AI research and teaching centers in our region, as well as the consolidation of public records and databases for decision-making and weighing the risks. ethics that all these transformations bring with them to modern societies. As a research agenda, the impact of AI in the immediate future still raises more questions than answers and even more so in fields such as communication and politics that have information and its interactions in public spaces as a fundamental input.

Keywords

Political communication; big data; artificial Intelligence; digital governance.

1. Introducción

Desde hace varios años se puede argumentar con seriedad que la política se había mediatizado (Sartori, 1989). Con esto nos referimos desde la comunicación institucional hasta la forma en que interactúan los actores políticos con los ciudadanos. Los medios masivos eran clave para posicionar agendas públicas, pero también para promover carreras políticas personales. En la disputa por los poderes públicos, la estrategia mediática que adoptaran los competidores podía ser clave en su triunfo (Castells, 2008).

Durante la década del 2000, transitamos a un periodo en el que las plataformas digitales comenzaron a adquirir una creciente relevancia. De esta manera, algunos actores políticos comenzaron a utilizar los medios virtuales primero como un complemento de sus tácticas en los tradicionales (Hughes *et al.*, 2010).

A mediados de la década del 2010, los medios digitales se consolidaron de tal forma, que se convirtieron en un serio contrapeso a los tradicionales (Howard y Hussain, 2011; Pečiulis, 2016). En el peor de los casos, resultaba difícil que fueran ignorados por los actores políticos, partidos y por las instituciones gubernamentales. A partir de este momento comenzó un periodo de progresiva normalización y adopción de las herramientas digitales (De la Garza, 2023).

Este proceso estuvo caracterizado por nuevas oportunidades y riesgos más o menos visibles. La progresiva digitalización de la política no solo significó nuevas posibilidades de interacción, también se trató de un proceso que ha estado caracterizado por la desinformación masiva (Tandoc Jr. *et al.*, 2020; Hilary y Dumebi, 2021).

En los primeros meses de la presente década, estalló la pandemia de la COVID-19, y con ello, el aceleramiento de las interacciones digitales en todos los aspectos de la vida social (De la Garza y Peña-Ramos, 2022). Las administraciones públicas, las campañas electorales y la comunicación institucional no fueron la excepción. Muchas de las actividades que se llevaban a cabo de forma presencial tuvieron que trasladarse a una modalidad digital de manera apresurada, como fue el caso de la academia (clases a distancia, defensas de tesis, etcétera), pero después de la pandemia algunos procesos se mantuvieron digitalizados (Gómez Díaz de León y de la Garza, 2023).

Los desafíos del presente en esta nueva etapa son enormes. Un ejemplo de ello es la emergencia de la inteligencia artificial en el mundo postpandemia que ha derivado en una serie de debates sobre sus posibilidades, pero también sobre las amenazas que comporta, requiriendo un serio análisis (Cheatham *et al.*, 2019; Kaplan y Haenlein, 2020). Por otra parte, algunas de las grandes empresas utilizan *big data* para fortalecer su toma de decisiones, pero existen pocos casos de administraciones públicas en donde estas herramientas se utilicen de forma estratégica y exitosa (Maciejewski, 2017). No obstante, el potencial sigue ahí, y posiblemente será una línea de investigación que se profundizará en el futuro cercano.

El objetivo del presente texto es examinar algunos de los antecedentes que nos llevaron a un proceso de cambio en tiempo presente, así como las implicaciones que esto podría tener en el corto y mediano plazo. Lo anterior tiene como fin contribuir al debate académico sobre las implicaciones de las nuevas tecnologías en los sistemas políticos en los próximos años.

2. Comunicación institucional en la era de la información

Los años 90 representaron un punto de inflexión en términos de la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, pero también en la actividad política (Verón, 1998). Es posible argumentar que se trató de un tiempo en el que se cristalizaron una serie de tendencias que se habían manifestado en años previos (Davidson, 2016).

Por una parte, es importante recordar que la tercera ola democratizadora se caracterizó por el derrumbe de regímenes autoritarios en la década de los 80. Este proceso derivó en una mayor pluralidad política en la mayoría de las democracias contemporáneas (Huntington, 1991). Esto tuvo como una de sus consecuencias, que las instituciones públicas requirieran de una comunicación más efectiva con los ciudadanos, sobre todo en aquellos lugares en los que había prevalecido algún tipo de gobierno autoritario. Era un momento de la historia en donde se requería persuadir más que imponer decisiones (Domínguez, 2009).

La comunicación institucional en la época moderna implica la capacidad que tienen las organizaciones para establecer mensajes coherentes y entendibles a diferentes sectores de la ciudadanía, con el fin de rendir cuentas mediante un ejercicio periódico de transparencia y lograr obtener en este proceso legitimidad (Portugal, 2012). La comunicación institucional con un carácter estratégico se vuelve necesaria en un mundo en el que la ciudadanía se encuentra expuesta a tantos mensajes de diversa índole (Islas, 2015).

Las instituciones deben dar a conocer acciones, mensajes importantes, inclusive algunos plazos que pueden tener impacto en la vida diaria de las personas (Medero *et al.*, 2016). Los medios digitales han hecho posible personalizar algunos de los mensajes y lograr que éstos puedan tener una mayor efectividad (López, 2022).

Pero esto no ha sido un proceso sencillo. Existió una etapa de adaptación por parte de los políticos y tomadores de decisiones. En un estudio de Martínez y Castillo-Esparcia (2014) realizado casi una década atrás, se menciona que la mayoría de las cuentas de políticos españoles que fueron analizadas no aprovechaban todas las posibilidades que brindaban las redes sociales.

Pero eso cambió de forma relativamente rápida. En un estudio realizado cinco años después sobre la diplomacia española y cómo utilizaban las redes sociales para comunicarse con el público, Martínez (2019) demostró que las instituciones se habían adaptado en buena medida al nuevo contexto tecnológico, y lo utilizaban para comunicarse con el público.

Una adecuada comunicación institucional es clave cuando se busca contar con el aval de la ciudadanía. Los administradores no siempre tienen un enfoque estratégico en esta materia, como el caso que registraron en Ecuador los investigadores Calle y Badía (2020). Con estratégico nos referimos a un enfoque basado en el cumplimiento de objetivos determinados que trascienden el mero uso de las tecnologías.

La transparencia es una demanda ciudadana y también una obligación legal en buena parte de las democracias modernas (Timón, 2012). En esta tarea, las instituciones deben comunicar de manera eficiente y eficaz sobre el manejo de sus recursos y toma de decisiones. Las tecnologías de la información y la comunicación han proporcionado en los últimos años una serie de oportunidades a las administraciones públicas no solo de proporcionar información y hacer que la misma se encuentre accesible al público, sino también de que sirva como un medio para recibir y responder a las inquietudes de la ciudadanía (Paez y Montoya, 2020).

Durante la pandemia, la comunicación institucional fue clave para reducir la incertidumbre que prevalecía en un momento de poca información. Un ejemplo de lo anterior nos lo proporciona Espino González (2022) que detalla algunas de las estrategias empleadas en la ciudad española de Málaga que consistió tanto en combatir la desinformación como en proporcionar información puntual sobre la crisis sanitaria, utilizando tanto medios convencionales como digitales. Esto contribuyó al eventual reinicio de actividades presenciales, pero también en la prevención de contagios.

3. Campañas políticas

Desde que empezó el uso comercial de Internet en la década de los 90s, se comenzó a analizar la manera en que podía tener sus efectos en la política (Schafer y Thierry, 2018). En realidad, la incidencia era relativamente limitada, porque el acceso a Internet se encontraba severamente restringido en aquellos tiempos (Nath *et al.*, 2014).

Un antecedente importante es el surgimiento del periodismo en Internet que dio seguimiento al escándalo que derivaría en el juicio de *impeachment* del presidente Bill Clinton entre 1998 y 1999 (Jacobson, 2013). Pero en realidad, la influencia de los medios digitales fue paulatina y esporádica.

Los atentados del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos y la subsecuente controvertida invasión de Iraq en 2003 derivó en una enorme discusión política que también tuvo eco en Internet. Proliferaron blogs y páginas que buscaban disputar la narrativa de los medios masivos de comunicación (Cammaerts y Carpentier, 2009; Kaye y Johnson, 2010).

Pero el parteaguas sería la campaña de Barack Obama en 2008, en donde las redes sociales virtuales fueron utilizadas para organizar a sus seguidores para conseguir primero registrar a los electores y después, incidir en la contienda electoral interna y externa. Fue una campaña que terminaría siendo

referencial por su innovación y por el uso de las nuevas tecnologías (Gupta-Carlson, 2016).

En 2010, el surgimiento de Wikileaks demostró que la red podría convertirse en una de las principales fuentes de información de noticias que tuviesen un gran impacto en la opinión pública (Baack, 2011). En los siguientes cinco años, los medios digitales tuvieron un carácter disruptivo, impactando a la opinión pública en diferentes momentos y contextos históricos, de manera más frecuente y consistente que en el pasado reciente, como se pudo observar durante el 15-M, Invierno Chileno, los procesos electorales de Reino Unido y Estados Unidos en 2016, entre otros (Matsilele y Mutsvairo, 2021).

De manera progresiva, la utilización estratégica de los medios digitales en los procesos electorales se volvió cada vez más común. Esto creó una dinámica distinta para nuevos profesionales que manejaban estrategias de comunicación política con una lógica diferente a la que prevalecía en los medios masivos (Shmargad y Sanchez, 2022). Un ejemplo de esta nueva coyuntura es que fue posible generar mensajes personalizados y segmentados, como no había sido posible antes (Wright *et al.*, 2010).

De la misma manera en que se aprovechaban nuevas estrategias para consolidar comunidades virtuales que ayudaran a posicionar y socializar ciertos mensajes, también comenzaron a surgir tácticas en las que de manera deliberada se hacía uso de la desinformación (Shu *et al.*, 2020). En otras palabras, *fake news*, noticias apócrifas que oscilaban entre las exageraciones y también notas abiertamente falsas (Allcott y Gentzkow, 2017).

En la medida en que el uso de las redes sociales virtuales comenzó a consolidarse, fue aparente que podía usarse el algoritmo de manera cuestionable (Tsamados *et al.*, 2021). Con base en el consumo, consultas, historial de búsqueda, cuentas, y otras actividades que comenzaban a crear una huella digital, las redes sociales podían crear un perfil de los usuarios (Deeva, 2019). De esta manera, se podían dirigir campañas personalizadas que estuviesen orientadas a generar un mayor impacto en las audiencias (Winter *et al.*, 2021). La ética del algoritmo es algo que sigue debatiéndose en el presente.

También existía la posibilidad de que la información que compartían los usuarios en redes sociales fuese utilizada sin su consentimiento con fines políticos. El caso de Cambridge Analytica, que operó en las campañas del Brexit en Reino Unido y en la elección que llevó al poder a Donald Trump en 2016, es una prueba de ello (Kanakia *et al.*, 2019; ur Rehman, 2019).

Esto es debido a que el *big data* permite procesar una gran cantidad de información que puede ser de gran utilidad al plantear estrategias de comunicación política. Permite, entre otras cosas, hacer prospectiva sobre el posible comportamiento de los electores. Esto es importante en un momento de la historia en el que las sociedades se encuentran polarizadas en una gran cantidad de temas sociales e ideológicos (Ceron *et al.*, 2016; Zhukov *et al.*, 2022).

En los procesos electorales que se encuentran relativamente competidos (en donde la campaña puede ser decisiva para ganar o perder), la capacidad de incidir y posteriormente movilizar a los sectores indecisos o desafectos a

través de campañas mediáticas puede significar la diferencia entre ganar o perder (Jagdev *et al.*, 2015; Bennett y Lyon, 2019). En retrospectiva, la forma en que se utilizó la información de los futuros electores en los procesos de Gran Bretaña y Estados Unidos en 2016 pudo haber cambiado la historia al tratarse de procesos que tuvieron un resultado distinto al esperado (Rose, 2017).

Si bien el uso de estas estrategias aún es incipiente en la mayoría de las democracias, podemos asegurar que en un mundo de pospandemia, la comunicación política se ha digitalizado de manera progresiva (Nwafor *et al.*, 2023). Durante la pandemia existieron varios procesos en los que las campañas electorales tuvieron que recurrir a estrategias virtuales por el distanciamiento social, pero esta coyuntura derivó en un enorme aprendizaje en materia de estrategia electoral (Nurjaman y Hertanto, 2022).

Lo cierto es que las técnicas se han sofisticado a raíz de la presencia de la inteligencia artificial. Esto mediante *deepfakes*, notas que en apariencia son reales, pero en realidad son audios, videos y textos que han sido alterados para confundir a la opinión pública (Safiullah y Parveen, 2022).

En un estudio reciente (Viudes, 2023: 148) se advierte la incidencia de la inteligencia artificial en los procesos electorales y específicamente en las campañas políticas en materia de segmentación de audiencias, así como en el *targeting*, es decir, la entrega de mensajes a individuos o grupos específicos con el propósito de influir en su voto o conducta electoral. A este respecto, en el estudio se presentan diversos casos de éxito de la última década, como son las campañas de Obama en 2012, de Modi en 2014, de Trudeau en 2015 y de Macron en 2017. En todo caso, no hay duda de que la IA ha transformado las campañas políticas a través de esta nueva forma de comunicación digital más personalizada, eficiente y basada en datos que contribuye a que políticos y partidos tengan una mejor conexión con sus electores y simpatizantes. La presencia de la inteligencia artificial en las democracias contemporáneas puede derivar tanto en incentivar la participación cívica desde la sociedad civil, pero también puede representar un riesgo. En la indagación de Savaget *et al.* (2019) se analizaron y propusieron algunas posibilidades de promover la implicación social que muchas veces se encuentra difusa, con ayuda de las nuevas tecnologías.

Por otro lado, podemos advertir que, en el tiempo presente, la presencia de la inteligencia artificial es más potencial que real, es decir, si bien ya forma parte de la realidad actual, su potencial es incalculable y a la vez incipiente. Sin embargo, también es cierto que la comprensión sobre sus implicaciones requiere un abordaje interdisciplinario y un análisis más profundo que permita dimensionar sus efectos en los sistemas democráticos contemporáneos y en el funcionamiento del gobierno (Jungherr, 2023). A continuación, apuntaremos los principales ángulos de impacto de la inteligencia artificial y el *big data* en el funcionamiento gubernamental.

4. Inteligencia Artificial y gestión pública: desafíos de una gobernanza de redes

Partiendo de una panorámica sucinta de la agenda actual de investigación y la literatura académica en el análisis de las implicaciones de la IA y el *big data* en el funcionamiento gubernamental propiamente dicho, es posible destacar tres impactos fundamentales: en el funcionamiento democrático, en la conformación de una política en la materia y, finalmente, en la posibilidad de potenciar el mejoramiento de la gestión pública y de la gobernanza en general (Criado, 2019; Pastor, 2022).

Respecto al funcionamiento democrático, los impactos pueden ser positivos y negativos. Criado (2019) nos previene sobre la amenaza de la evolución reciente de la inteligencia artificial a los equilibrios democráticos de nuestras comunidades políticas, así como de los riesgos de acentuar la polarización y los *deepfake*. En el mismo sentido, Pastor (2022) advierte sobre el impacto desfavorable que sobre la gobernanza implica la inteligencia artificial en materia de orientación, control y regulación de ésta. Al mismo tiempo destaca su efecto positivo en cuanto a las posibilidades de mejora en materia de transparencia, rendición de cuentas y participación y colaboración ciudadana.

En efecto, la inteligencia artificial puede contribuir a aumentar la transparencia y la rendición de cuentas en la Administración Pública al automatizar la recopilación y el análisis de datos relevantes. Esto facilita la supervisión y el control de las actividades gubernamentales. Sin embargo, la principal amenaza deriva de la ausencia de un marco normativo adecuado a los paradigmas emergentes. Eso implica no solamente la cuestión ética sino también el marco legal que regule y proteja los derechos ciudadanos y vele por la equidad, la justicia y las libertades fundamentales. Por esta razón, el énfasis del debate de una política de inteligencia artificial del sector público se ha centrado en los aspectos éticos y normativos y los países más avanzados se han preocupado por establecer instituciones que velen por esos aspectos, según nos señalan ambos autores. Tal es el ejemplo que podemos extraer de los casos de Inglaterra, el Consejo Europeo, España, Colombia y Uruguay, entre otros (Pastor, 2022, Criado, 2021). Un caso más reciente lo constituye la publicación de la Carta Iberoamericana de inteligencia artificial en la Administración Pública, que representa una aportación muy oportuna para delinear una política de esta naturaleza en la región. En este sentido, una de las principales recomendaciones que propone el documento a partir de la identificación de los múltiples beneficios asociados a la aplicación y desarrollo de la inteligencia artificial en el ámbito gubernamental y, más específicamente, en y desde la Administración Pública, es el diseño e instrumentación de Estrategias Nacionales de Inteligencia Artificial (CLAD, 2023).

Desde esta perspectiva es que consideramos pertinente la conformación de una política de Estado que asegure la potenciación de la IA más allá de las empresas y que promueva su extensión al conjunto de la sociedad y a todos los niveles. Para contextualizar una estrategia nacional de esta naturaleza es necesario partir del hecho de que la emergencia de la inteligencia artificial deriva del desarrollo de las fuerzas productivas, es decir, del desarrollo e innovación tecnológica empresarial, no se genera en el Estado a partir de una

política pública. Por ello es necesario asumirla como una política sistémica del Estado que emana de una decisión colectiva en el sentido que le da Deutsch (1976) a las decisiones de gobierno. La política es la toma de decisiones por medios públicos (Deutsch, 1976) y una política de este calado requiere una voluntad expresa no solo del gobierno, sino de todos los sectores de la sociedad. Sin embargo, el nivel de adopción de este reto a nivel global todavía es muy incipiente.

Un referente obligado para abordar la relación entre inteligencia artificial, *big data* y Administración Pública es el estudio de casos elaborado por un grupo de expertos de la Fundación Novagob en España que promueve los procesos de innovación y que explora el uso de las redes sociales digitales por parte de gobiernos locales y su interrelación con actores sociales como factores de mejora de servicios públicos municipales. El estudio es relevante en la medida en que enfatiza la importancia de la inteligencia artificial y el *big data* como potenciales herramientas para mejorar los servicios al ciudadano, al analizar las comunidades activas de redes sociales digitales generadas por gobiernos locales y su tono de comunicación. Las recomendaciones se centran en el análisis relacional que implican las RDS, en el análisis discursivo de la comunicación y en la implementación de una estrategia específica de redes sociales digitales a nivel local (Criado, 2021). En el mismo marco de territorialidad y comunicación gubernamental en la era digital destaca el estudio sobre la importancia del análisis discursivo contextual y, sobre todo, de una planificación estratégica de la comunicación en su doble dimensión: cómo se comunica el gobierno y cómo se comunica la sociedad. El análisis contextual requiere observar el territorio, los escenarios en los que intervienen los actores sociales, la dinámica de la agenda pública local, la influencia de los actores, el sistema de medios o la cultura ciudadana, entre otros aspectos (Viñas *et al.*, 2023: 47). El estudio concluye que el éxito de la estrategia comunicacional puede ser consecuencia de la ausencia de análisis contextual y de su desarticulación con la vertiente digital y territorial de la comunicación política.

Otro enfoque de la relación entre Administración Pública e inteligencia artificial es el trabajo de Carles Ramió que destaca el impacto que el desarrollo tecnológico tendrá como factor disruptivo del sistema global al afectar la dimensión política y la dimensión de gestión de las sociedades postmodernas (Ramió, 2019). En el plano de la gestión, las perspectivas son positivas sobre todo a partir de la reducción de costos, la robotización o la transparencia, entre otros factores. Sin embargo, las amenazas más importantes están en los efectos sobre los procesos inherentes al personal público y los sistemas de gestión de la función pública. Es necesario adecuar la cultura administrativa, evitar la polarización y aprovechar la simbiosis sector público y sector privado. En todo caso, el investigador nos previene sobre el doble impacto que tendrán estas herramientas en las administraciones públicas: primero al alterar las competencias y el nuevo rol que deberá desempeñar la Administración Pública del futuro, y segundo en la transformación de la organización interna de ésta. Esto último implica necesariamente según Ramió, un efecto sobre la gobernanza, lo cual abordaremos a continuación.

En la actualidad, muchos investigadores (Aguilar, Subirats, Ozslak, Criado, entre otros) coinciden en que vivimos un nuevo modelo de gobierno, la gobernanza, que contextualizada al desarrollo tecnológico es la gobernanza

digital. La complejidad de los problemas, la incertidumbre, la volatilidad y la adversidad son constantes que muestran las limitaciones que los gobiernos burocráticos tienen para dar soluciones eficaces, eficientes y legítimas a una sociedad cada vez más demandante. De ello surge la necesidad de la participación y la colaboración de diversos actores sociales, políticos y económicos en las decisiones y políticas públicas. En su reciente conformación de una «Teoría del Gobierno», Aguilar explica esta nueva gobernanza por las insuficiencias, ineficiencias, incapacidad, ineficacia, ilegitimidad y otras limitaciones que tiene el gobierno (Aguilar, 2019: 16). En otro estudio ya lo apuntaba el mismo Aguilar: «El Gobierno que posee ingentes recursos, está limitado, no posee o no las posee en el grado requerido las capacidades cognoscitivas, financieras, tecnológicas, organizativas, políticas, de confiabilidad moral que se necesitan para resolver los problemas y efectuar los objetivos de interés público» (Aguilar, 2019b: 223). Este nuevo modelo de gobierno aplicado en el marco de la irrupción de los procesos de digitalización, de la emergencia de la inteligencia artificial y el uso del *big data* y los algoritmos para incrementar la efectividad en el desempeño de las entidades y dependencias gubernamentales, corresponde a la gobernanza digital (Uvalle, 2022: 57). Este modelo, si bien deriva de la evolución del gobierno abierto, que tiene como fundamentos la transparencia, la rendición de cuentas, la colaboración y co-creación de políticas públicas, en realidad detona exponencialmente las capacidades de la Administración Pública convirtiéndola en una administración inteligente. Esto es, en palabras de Ramió, la «smartificación» de los procesos que contribuyen a desarrollar la inteligencia institucional en las organizaciones públicas (Ramió, 2018: 41).

Las transformaciones en los modelos de gobierno han estado aparejados a transformaciones en las Administraciones Públicas y, por ende, en la gestión pública. En este sentido, resulta muy pertinente la perspectiva ofrecida originalmente por Criado (2016) y enriquecida por las aportaciones de Ramió (2019) respecto a esta correlación entre los paradigmas recientes de la gestión pública y la gobernanza. Básicamente, describe la transformación de la Administración pública tradicional a la Nueva Gestión pública (NGP), de ésta a la gobernanza y finalmente de esta última al estadio emergente de la Gobernanza y Administración Pública Inteligente (GAPI), que se corresponde a la gobernanza digital. A cada paradigma Criado asigna diversas características que permiten diferenciar cada uno de éstos y comprender mejor el proceso de transformación que se ha dado también en el ámbito de la Administración Pública. Asimismo, Criado agrega entre las características del modelo la función básica que cumple la inteligencia artificial, lo cual clarifica la interfase de ambos conceptos: Administración Pública e IA. Abajo presentamos un cuadro simplificado del modelo de Criado.

Como se puede advertir, la correlación entre los elementos tecnológicos y las estructuras gubernamentales es innegable, pero la modulación del impacto y los efectos de estos cambios es todavía impredecible. Podemos ser optimistas puesto que el horizonte anticipa enormes oportunidades de mejora en todos los aspectos del servicio público.

Tabla I. Paradigmas de gestión y modelos de inteligencia artificial.

Paradigma de gestión	Tipo de Estado	Rol de la Administración Pública	Modelo de IA (objetivo)
Administración Pública Tradicional	Estado Bienestar, Estado Garantista	Burocracia y personal enfocada en cumplimiento de la ley	Optimizar las competencias referidas a la seguridad jurídica: automatización de tareas
Nueva Gestión Pública	Estado modesto, mínimo, regulador	Eficiencia y eficacia en la prestación de servicios, digitalización	Prestación de servicios y generación de inteligencia institucional
Nueva Gobernanza Pública	Estado colaborativo y facilitador	Creación de redes con actores públicos y privados, interfase AP-ciudadano	Gestión de externalizaciones con empresas y ONG
Gobernanza Pública Inteligente	Estado Abierto, Red	Empoderar a la ciudadanía hacia las comunidades, innovar, co-creación	Creación de valor público a través de redes sociales y plataformas tecnológicas

Fuente: elaboración propia con información de Criado (2016; 2022).

El futuro nos ha alcanzado con la emergencia de las tecnologías modernas y el reto es una gobernanza y una administración inteligente, como bien lo apunta Aguilar. Las deficiencias de nuestros sistemas políticos se ubican ahora en los liderazgos, en la capacidad de dirección, en la efectividad de la gestión. Es, en otras palabras, la necesidad de legitimar la acción del gobierno por sus resultados de gestión (Deutsch, 1976), no por procedimientos. Así lo plantea el mismo Criado al establecer los tres niveles de afectación de la inteligencia artificial en la Administración pública. El nivel estratégico que define la política nacional, el nivel intermedio que involucra la organización progresiva de una administración inteligente que va ampliando y mejorando la provisión de bienes y servicios y, por último, el nivel más elemental que es el del ciudadano y afecta a cómo se incorpora a su comunidad a través de los medios ofrecidos por los desarrollos tecnológicos emergentes y las redes sociales en el quehacer público (Criado, 2022). Esto significa potenciar la inteligencia social para construir un mejor mundo.

5. Conclusiones

Para evitar los riesgos de la inteligencia artificial y aprovechar sus beneficios es necesario que la sociedad evolucione y escale un peldaño para llegar a la sociedad del conocimiento. Una sociedad del conocimiento es aquella que considera el conocimiento como un elemento fundamental para el desarrollo y el progreso de la misma. Para ello, estas sociedades hacen que el acceso a la educación sea más sencillo y al alcance de toda la población.

Una sociedad del conocimiento, por tanto, es aquella que tiene como elemento fundamental para el desarrollo y el bienestar. Estas sociedades, por ello, hacen que el acceso a la educación y, por ende, al conocimiento, sea más sencillo que en otros países. El objetivo es promover la difusión del conocimiento, pudiendo trasladar este a todos los ámbitos de la sociedad. El fin que persiguen estas sociedades es que se utilice dicho conocimiento para fines que permitan un mayor desarrollo y progreso.

La inteligencia artificial es el nuevo detonador del desarrollo económico. Las personas, las empresas y los países líderes en IA estarán un paso adelante como sucedió con la Revolución Agrícola, la Revolución Industrial y ahora con la Revolución del Conocimiento. Vivimos una coyuntura de cambio de época (Gómez Díaz de León y de la Garza, 2023) cuyo rumbo todavía no está claro pero que requiere de reflexión, debate y acción. En la actual explosión tecnológica, Estados Unidos se mantiene a la cabeza en cuanto a desarrollo y aplicación de la IA a nivel global. Le siguen China y países de Europa y Asia. China avanza rápidamente con el apoyo del gobierno central que dirige el Partido Comunista Chino. América Latina está atrasada en este proceso.

Es urgente que los países de América Latina y México, de manera especial, desarrollen *una política nacional* de impulso de la IA a fin de no quedarse rezagados. Esto implica, entre otras estrategias: asignar alta prioridad a la IA en los planes del gobierno, nacionales, estatales y locales; establecer un plan nacional para el desarrollo de la IA; integrar en el plan a universidades, empresas, entidades y personas; asignar una partida importante del presupuesto al desarrollo de la IA; establecer un programa para apoyar a investigadores y emprendedores; fomentar el estudio de la IA en universidades con carreras y maestrías; otorgar incentivos para el desarrollo y para la creación de empresas de IA y muchas más que regulen y garanticen los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

Desde la perspectiva de la academia es urgente abordar los siguientes pasos: creación de talento en las universidades y centros de investigación; integración de bancos de datos (sobre todo en salud, economía, educación y movilidad) y facilitar su disponibilidad a la ciudadanía; divulgación de la IA para que se integre la población en su utilización y crear fuentes de financiamiento para universidades, empresas y personas en IA.

La existencia del *big data* puede también ser benéfica para la toma de decisiones en la gestión pública, como se ha mencionado antes. Pero para ello se requiere de fortalecer las competencias digitales de los profesionales que tienen posiciones de liderazgo, así como un proceso continuo de capacitación tanto en el sector público como en el privado de todos los niveles. De la misma manera, se requiere que las Administraciones Públicas se comprometan con los más altos estándares éticos en materia de manejo de información, entre otras medidas que garanticen el uso correcto de las tecnologías emergentes.

La principal limitación del presente estudio es que tiene un carácter documental y teórico, en los siguientes años existirán oportunidades para desarrollar estudios empíricos en la medida en que el uso de la inteligencia artificial crezca aún más. Será importante estudiar cómo la IA y el *big data* se incorporan a las estrategias de toma de decisiones y si la incorporación de estas tecnologías contribuye a generar Administraciones Públicas más eficientes y eficaces.

Referencias bibliográficas

- Aguilar V., L. (2019): *Gobernanza del sector público*. Guadalajara: Colegio de Jalisco.
- Aguilar V., L. (2019): «Las implicaciones administrativas de la nueva gobernanza pública». En L. Martínez: *Antología sobre Teoría de la Administración Pública*. Mexico : INAP.
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017): «Social media and fake news in the 2016 election». *Journal of economic perspectives*, 31(2): 211-236. doi: 10.1257/jep.31.2.211
- Baack, S. (2011): «A new style of news reporting: Wikileaks and data-driven journalism». *Cyborg Subjects*, 10. Recuperado de: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-400253>
- Barragán M., X. (2022): «La Nueva Gobernanza y administración Pública inteligente». En: *Gobernanza y Administración Pública inteligente*. México: Camara Diputados-IAEN-INAP, pp. 187-218.
- Barragán Martínez, X. (2022): *Gobernanza y Administración Pública Inteligente*. México: Camara de Diputados-IAEN-INAP.
- Bennett, C. J. y Lyon, D. (2019): «Data-driven elections: Implications and challenges for democratic societies». *Internet policy review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1433>
- Calle Calle, S. y Badía, A. T. (2020): «Comunicación estratégica, clave para un Buen Gobierno». *Alcance*, 9(22): 78-94.
- Cammaerts, B. y Carpentier, N. (2009): «Blogging the 2003 Iraq War: Challenging the ideological model of war and mainstream journalism?» *OBS**, 9: 1-23.
- Castells, M. (2008): «Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política». *Telos*, 74: 1-19.
- Ceron, A.; Curini, L. y Iacus, S. M. (2016): *Politics and Big Data: Nowcasting and forecasting elections with social media*. Taylor & Francis.
- Cheatham, B., Javanmardian, K. y Samandari, H. (2019): «Confronting the risks of artificial intelligence». *McKinsey Quarterly*, 2(38): 1-9.
- CLAD (2023, 20 de noviembre): *Carta Iberoamericana de Inteligencia artificial en la administración Pública*. Recuperado de: <https://clad.org/declaraciones-consensos/carta-iberoamericana-de-inteligencia-artificial-en-la-administracion-publica/>
- Criado, I. (2016): «Las administraciones públicas en la era del gobierno abierto. Gobernanza inteligente para un cambio de paradigma en la gestión pública». *Estudios políticos*, 173: 245-275. doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.07>
- Criado, I. (2021): «Inteligencia artificial y Administración Pública». *Revista de Cultura de la Legalidad*, 20: 348-372. <https://doi.org/10.20318/economia.2021.6097>
- Criado, I. (2022): «Inteligencia artificial y Administración pública». *Clase Abierta*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=91uTG999Lro&t=1845s>. Madrid: CLAD.
- Criado, I. P. (2018): *Big data y administraciones públicas en redes sociales*. Madrid: Novagob-Universidad Autónoma de Madrid .
- Davidson, T. (2016): *Culture War: How the '90s Made Us Who We Are Today (Whether We Like It or Not)*. McFarland.
- De la Garza, D. (2023): *Interacciones en redes sociales y sus efectos en el mundo real: Reflexiones sobre una década de profundos cambios sociales y tecnológicos*. Tirant lo Blanch.

- De la Garza, D. y Peña-Ramos, J. A. (2022): *Transformaciones en la Vida Social a raíz del Aceleramiento de la Interacción Digital Durante la Coyuntura del COVID-19*. Tirant lo Blanch.
- Deeva, I. (2019): «Computational personality prediction based on digital footprint of a social media user». *Procedia computer science*, 156: 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.08.194>
- Deutsch, K. (1976): *Política y gobierno*. Mexico: FCE.
- Domínguez, D. C. (2009): «Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales/ Democracy 2.0: politics inside social networks». *Pensar la publicidad*, 3(2): 31-48.
- Gómez Díaz de León, C. y De la Garza, D. (2023): «Redes sociales y Administración Pública: los desafíos y oportunidades de los gobiernos en la era de la comunicación digital». *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (39): 83-107. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.04>
- González, J. E. (2022): «La comunicación institucional en la crisis de la covid-19: el caso del Ayuntamiento de Málaga». *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55: 67-92. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e774>
- Gupta-Carlson, H. (2016): «Re-Imagining the nation: Storytelling and social media in the Obama campaigns». *PS: Political Science & Politics*, 49(1): 71-75. <https://doi.org/10.1017/S1049096515001274>
- Hilary, I. O. y Dumebi, O. O. (2021): «Social media as a tool for misinformation and disinformation management». *Linguistics and Culture Review*, 5(S1): 496-505. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS1.1435>
- Howard, P. N. y Hussain, M. M. (2011): «The role of digital media». *J. Democracy*, 22, 35. doi: <https://doi.org/10.1353/jod.2011.0041>
- Hughes, S. G. F.; Allbright-Hannah, K.; Goodstein, S.; Grove, S.; Zuckerberg, R.; Sladden, C. y Bohnet, B. (2010): «Obama and the power of social media and technology». *The European Business Review*, 16: 21.
- Huntington, S. P. (1991): «Democracy's third wave». *J. Democracy*, 2: 12.
- Impact, E. (2023): «The Intelligent Transformation Index». Nueva York: Lenovo.
- Islas, O. (2005): «De las relaciones públicas a la comunicación estratégica». *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, (89): 40-47. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i89.1547>.
- Jacobson, G. C. (2013): «Public opinion and the impeachment of Bill Clinton». *British Elections & Parties Review*. Routledge, pp. 1-31
- Jagdev, G.; Singh, B. y Mann, M. (2015): «big data proposes an innovative concept for contesting elections in Indian subcontinent». *International Journal of Scientific and Technical Advancements (IJSTA)*, 1(3): 23-28.
- Jungherr, A. (2023): «Artificial intelligence and democracy: A conceptual framework». *Social media+ society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/205630512311863>
- Kanakia, H.; Shenoy, G. y Shah, J. (2019): «Cambridge Analytica—a case study». *Indian Journal of Science and Technology*, 12(29): 1-5. <https://doi.org/10.17485/ijst/2019/v12i29/146977>
- Kaplan, A. y Haenlein, M. (2020): «Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence». *Business Horizons*, 63(1): 37-50. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>

- Kaye, B. K. y Johnson, T. J. (2010): «Weblogs as a source of information about the 2003 Iraq War». *Media*, 3(1-4): 291.
- López, J. G. (2022): «La comunicación institucional en los sitios web». *Visual Review, International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 11(2): 1-14. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3652>
- Maciejewski, M. (2017): «To do more, better, faster and more cheaply: Using big data in public administration». *International Review of Administrative Sciences*, 83(1_suppl): 120-135. <https://doi.org/10.1177/002085231664005>
- Martínez, A. A. y Castillo-Esparcia, A. (2014): «Comunicación Institucional en España». *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (126): 22-30.
- Martínez, A. C. (2019): «Ciberdiplomacia y comunicación institucional: La presencia de la diplomacia digital española en redes sociales». *Revista estudios institucionales*, 6(10): 45-72. <https://doi.org/10.5944/eeii.vol.6.n.10.2019.23243>
- Matsilele, T. y Mutsvairo, B. (2021): «Social media as a sphere of political disruption». En: *Decolonising Political Communication in Africa*. Routledge, pp. 179-190.
- Medero, R. S. et al. (2016): *Comunicación política: Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Tecnos.
- Megias, A.; Mora Rodríguez, A. y Villaplana Jimenez, F. R. (2022): «Youth and Leadership as the Axes of Vote in the Post-Pandemic Scene». *Revista Internacional Pensamiento Politico*, 17: 157.
- Nath, K.; Dhar, S. y Basishtha, S. (2014): «Web 1.0 to Web 3.0-Evolution of the Web and its various challenges». *2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT)*, :86-89. <https://doi.org/10.1109/ICROIT.2014.6798297>
- Nurjaman, A. y Hertanto, H. (2022): «Social media and election under covid-19 pandemic in Malang regency Indonesia». *International Journal of Communication and Society*, 4(2). <http://pubs2.ascee.org/index.php/IJCS>
- Nwafor, O. A.; Ugwuanyi, J. C. y Amatu, C. U. (2023): «Social media and political participation in the midst of COVID-19 pandemic: an empirical review of Anambra 2021 gubernatorial election». *Journal of Emerging Technologies*, 3(1): 1-12. <https://doi.org/10.57040/jet.v3i1.394>
- Paez, A. y Montoya, J. (2020): «Transparencia en la web: estado del arte en las instituciones públicas». *Razón y Palabra*, 24(108). <https://doi.org/10.26807/rp.v24i108.1665>
- Pastor, V. (2022): «La inteligencia artificial y su efecto como palanca de cambio en las democracias». *Fundación Pablo VI*. Recuperado de: <https://www.fpablovi.org/articulos-bioetica/1651-la-inteligencia-artificial-y-su-efecto-como-palanca-de-cambio-en-las-democracias>
- Pečiulis, Ž. (2016): «Digital era: from mass media towards a mass of media». *Filosofija. Sociologija*, (3): 240-248.
- Portugal, R. R. (2012): «Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión». *Revista de comunicación*, 11(1): 212-234.
- Ramió, C. (2018): «Inteligencia artificial, robótica y modelos de Administración Pública». *Reforma y Democracia*, 5-42.
- Ramió, C. (2019): *La Inteligencia artificial y la Administración Pública. Robots y humanos compartiendo el servicio público*. Madrid: Catarata.
- Rose, J. (2017): «Brexit, Trump, and post-truth politics». *Public Integrity*, 19(6): 555-558. <https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1285540>

- Ruvalcaba-Gómez, E. (2023): «Gobierno Abierto: nociones teóricas, acciones y prospectiva». *Rendición Cuentas*, 35-49. <https://doi.org/10.32870/rc.v1i1.24>
- Ruvalcaba, E. (2021): «Gobierno Abierto y Gobernanza: una reflexión de los imperativos de legitimidad y efectividad en gobiernos sunacionales». En: *Gobierno Abierto en Iberoamérica*. Mexico: Tirant lo Blanch.
- Safiullah, M. y Parveen, N. (2022): «*big data*, Artificial Intelligence and Machine Learning: A Paradigm Shift in Election Campaigns». *The New Advanced Society: Artificial Intelligence and Industrial Internet of Things Paradigm*, 247-261. <https://doi.org/10.1002/9781119884392.ch11>
- Sartori, G. (1989): «Videopolítica». *Italian Political Science Review/Rivista Italiana di Scienza Politica*, 19(2): 185-198. <https://doi.org/10.1017/S0048840200012909>
- Savaget, P.; Chiarini, T. y Evans, S. (2019): «Empowering political participation through artificial intelligence». *Science and Public Policy*, 46(3): 369-380. <https://doi.org/10.1093/scipol/scy064>
- Schafer, V. y Thierry, B. G. (2018): «The 90s as a turning decade for Internet and the Web». *Internet Histories*, 2(3-4): 225-229. <https://doi.org/10.1080/24701475.2018.1521060>
- Shmargad, Y. y Sanchez, L. (2022): «Social media influence and electoral competition». *Social Science Computer Review*, 40(1): 4-23. <https://doi.org/10.1177/0894439320906803>
- Shu, K. et al. (2020): «Combating disinformation in a social media age». *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 10(6). <https://doi.org/10.1002/widm.1385>
- Tandoc Jr, E. C.; Lim, D. y Ling, R. (2020): «Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why». *Journalism*, 21(3): 381-398. <https://doi.org/10.1177/1464884919868325>
- Timón, A. J. A. (2012). «El principio de transparencia como elemento vertebrador del Estado Social y Democrático de Derecho». *Asamblea. Revista parlamentaria de la Asamblea de Madrid*, (27): 27-62. <https://doi.org/10.59991/rvam/2012/n.27/263>
- Tsamados, A.; Aggarwal, N.; Cowls, J.; Morley, J.; Roberts, H.; Taddeo, M. y Floridi, L. (2021): «The ethics of algorithms: key problems and solutions». *Ethics, Governance, and Policies in Artificial Intelligence*, :97-123. https://doi.org/10.1007/978-3-030-81907-1_8
- ur Rehman, I. (2019): «Facebook-Cambridge Analytica data harvesting: What you need to know». *Library Philosophy and Practice*, 1-11.
- Uvalle B., R. (2022): «Políticas Públicas en las estructuras abiertas y colaborativas de los gobiernos del siglo XXI». En: *X. Gobernanza y Administración Pública inteligente*. México: Cámara de Diputados-IAEN-INAP, pp. 25-73.
- Verón, E. (1998): «Mediatización de lo político». En: *Comunicación y política*. Gedisa, pp. 220-236.
- Viñas, R.; Belinche, M. F.; Secul Giusti, C. E. y López, Y. (2023): «Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio. Disputas y tensiones en el escenario latinoamericano». *Más Poder Local*, (51): 43-59. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.118>
- Viudes Fernández, F. (2023): «Revolucionando la política: El papel omnipresente de la IA en la segmentación y el targeting de campañas modernas». *Revista Más Poder Local*, (53): 146-151. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.183>
- Winter, S.; Maslowska, E. y Vos, A. L. (2021): «The effects of trait-based personalization in social media advertising». *Computers in Human Behavior*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106525>

Wright, E.; Khanfar, N. M.; Harrington, C. y Kizer, L. E. (2010): «The lasting effects of social media trends on advertising». *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 8(11). <https://doi.org/10.19030/jber.v8i11.50>

Zhukov, D.; Khvatova, T.; Millar, C. y Andrianova, E. (2022): «Beyond big data—new techniques for forecasting elections using stochastic models with self-organisation and memory». *Technological forecasting and social change*, 175. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121425>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.