

## Editorial

El monográfico del presente número de revista *Uru* continúa con el debate y las exposiciones sobre los usos y las aplicaciones de la inteligencia artificial (IA) como producto de las jornadas del Coloquio de Visualidades, que se realizó en 2024 bajo la coordinación del Área de Comunicación y sus maestrías en Comunicación Transmedia y Comunicación con Mención en Visualidades y Diversidades.

Byron Andino y Daniel Fernando Mejía Terán presentan —desde diversas perspectivas pero con conclusiones complementarias— el uso de la IA en imágenes para la creación de videos infamantes y hasta cierto nivel pornográficos, como ocurrió en un colegio de la ciudad de Quito. Estos análisis ayudan a comprender el caso comunicacional desde lo ético, legal y procedimental en la utilización de la IA.

Docentes investigadores de la Universidad de Chimborazo presentan un análisis del uso de la IA en el proyecto Nike Maker Experience, establecido a partir de un proceso de diseño y producción digital que otorga a los compradores la posibilidad de personalizar el modelo de sus zapatillas. Igualmente, otro grupo de investigadores de esta universidad ecuatoriana nos entrega un texto que analiza el empleo de la IA en el periodismo deportivo y su impacto en las audiencias y en la forma en que afecta a la masificación de un deporte determinado.

El poder no está exento del uso de la IA, y por ello Gabriel Barros realiza un estudio acerca de cómo los algoritmos manejan las imágenes para fomentar espacios y relaciones de poder de manera generalizada en las sociedades. Lo complementa el artículo de Ana Perugachi, quien analiza las campañas digitales o electrónicas con el uso de *big data* e IA y establece una hoja de ruta para académicos y analistas políticos.

Finalmente, Esteban García Andrade trabaja un artículo en el cual fusiona los conceptos de dispositivo, ideología e imaginario para analizar el impacto del *machine learning*, en la creación, producción, circulación y consumo de los *spots* políticos de Guillermo Lasso, difundidos en YouTube y en TikTok durante las elecciones presidenciales de Ecuador en 2021.

En nuestra sección *Ensayos* abrimos con una reflexión acerca del género y la educación, un debate interesante para que las comunidades LGBTIQ+ puedan ser parte de la transversalización de temáticas actuales que les conciernen. El segundo texto es un trabajo presentado en la X Escuela de Verano de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) que examina las revistas culturales de Rosario, Argentina, en su rol en el ejercicio del derecho a la comunicación, mediante la exploración

de las prácticas de autogestión y sostenibilidad en el ámbito de los medios gráficos; en él se analiza cómo estas iniciativas participan de la democratización de las comunicaciones. Finalmente, presentamos un texto que reflexiona acerca de la comunicación transmedia aplicada a los museos, principalmente los Museos de la Defensa, en Quito, y sus expansiones de inclusión a nuevos públicos.

En la sección *Reseñas* se exponen dos textos de importancia e impacto para el periodismo. El primero tiene que ver con el impacto de la cuarta Revolución Industrial y el segundo, con los itinerarios, las producciones y las formas del periodismo ambiental, desde la práctica y el consumo. Estas dos publicaciones internacionales son de editoriales de alto impacto, con participación de investigadores vinculados con la UASB-E.

Revista *Uru* inicia procesos de evaluación editorial para atraer a más y mejores autores, con lo cual nos comprometemos en la divulgación y difusión de investigaciones académicas contextualizadas a nuestras realidades que den respuesta a cuestionamientos de la región.

El editor