

El Uso de Deepfakes en Contextos Sociales y su Impacto en la Comunicación Responsable en Instagram

The Use of Deepfakes in Social Contexts and their Impact on Responsible Communication on Instagram

Durán Fernández María Belén¹, Coronel Aguilar Gabriela del Cisne²

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Fecha de recepción: 19 de enero de 2026.

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2026.

¹ Durán Fernández María Belén

<https://orcid.org/0009-0003-9952-847X>
Investigador Independiente
mduranf@uncmi.edu.ec

² Coronel Aguilar Gabriela del Cisne

<https://orcid.org/0009-0008-2063-6061>
Investigador Independiente
cisne.coronel@educacion.gob.ec

RESUMEN

El desarrollo de la inteligencia artificial ha facilitado la creación de deepfakes, y en este contexto contenidos visuales sintéticas que desafían la realidad, autenticidad, veracidad y la ética en la comunicación digital. En plataformas visuales como Instagram, la combinación de viralidad y algoritmos amplifica tanto mensajes responsables como información manipulada, afectando la percepción de credibilidad y la construcción de la identidad digital. Este estudio cualitativo explora el impacto social de las deepfakes mediante entrevistas a expertos en comunicación y el análisis semiótico de imágenes difundidas en Instagram. Los resultados evidencian riesgos estructurales para la confianza informativa y subrayan la necesidad de alfabetización mediática y políticas de transparencia que fortalezcan prácticas comunicativas responsables en entornos digitales.

Palabras clave: Deepfakes, comunicación responsable

ABSTRACT

The development of artificial intelligence has facilitated the creation of deepfakes, and in this context, synthetic visual content that challenges reality, authenticity, veracity, and ethics in digital communication. On visual platforms like Instagram, the combination of virality and algorithms amplifies both responsible messages and manipulated information, affecting the perception of credibility and the construction of digital identity. This qualitative study explores the social impact of deepfakes through interviews with communication experts and the semiotic analysis of images disseminated on Instagram. The results reveal structural risks to trust in information and underscore the need for media literacy and transparency policies that strengthen responsible communication practices in digital environments.



Keywords: Deepfakes, responsible communication

INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial en los últimos años ha generado un impacto profundo en la sociedad como en los entornos de la comunicación digital, convirtiendo la manera en la que los seres humanos producen, consumen y comparten información. Entre los contenidos se encuentran los deepfakes, capaces de crear representaciones audiovisuales hiperrealistas que desafían los límites de la percepción y hacen cuestionar la autenticidad de estos contenidos que son difundidos en las diferentes redes sociales como Instagram. Esto no solo introduce a nuevas posibilidades creativas, sino también riesgos significativos para la confianza y la transparencia en interacción digital.

La presencia de los deepfakes en las redes sociales implica un reto para la construcción de narrativas responsables, porque la manipulación de audiovisuales puede distorsionar la realidad y afectar la credibilidad de los mensajes. En este contexto, la manipulación digital se convierte generalmente en un eje central de análisis, ya que permite entender como estas tecnologías pueden ser utilizadas tanto para fines legítimos como para entretenimiento, educación, política y economía como para prácticas perjudiciales, tales como las fakenews o el ataque a la reputación de individuos y organizaciones.

El debate sobre los deepfakes exige una reflexión crítica en tono a la ética digital, entendida como el conjunto de principios que orientan al uso responsable de las redes sociales. La ética digital no solo se vincula con la protección de la privacidad y la integridad de los individuos, sino también con la necesidad de establecer normas que regulen la creación y difusión de contenidos manipulados. En este sentido, Instagram se convierte en un espacio privilegiado para observar cómo los usuarios negocian entre la innovación

tecnológica y la responsabilidad comunicativa. Los contenidos en redes sociales se deben de realizar de manera responsable ya que estos contenidos son difundidos para educar, entretener y reproducirse a diferentes plataformas. Los deepfakes también son herramientas que pueden enriquecer la creatividad y abrir nuevas formas de expresión digital; por otro, su uso indiscriminado amenaza la confianza en los entornos sociales y con generar dinámicas de manipulación que afectan la calidad del discurso público. La tensión entre innovación y responsabilidad constituye, por tanto, un campo fértil para la investigación interdisciplinaria.

Deepfakes y desinformación

El término de deepfakes es una combinación de Deep learning (aprendizaje profundo) y fake (falso), y se refiere a la capacidad de las redes neuronales profundas para generar contenido altamente realista. (Alzaga Gallo, 2025). Convirtiéndose en un fenómeno cultural que transforma el vínculo entre lo visual y la noción de lo que es real, ya que la manipulación de imágenes cuestiona la autenticidad en los entornos digitales.

Inteligencia artificial

El uso de la inteligencia artificial en la generación de contenido y narrativas audiovisuales constituye un avance significativo para diversos ámbitos creativos, como el arte digital, la producción audiovisual y el diseño gráfico. Todo esto se convierte en un potente instrumento para la construcción de representaciones y relatos artificiales que no corresponden a hechos reales (Ballesteros Aguayo & Ruiz del Olmo: 2024). En este contexto la inteligencia artificial, a través de los deepfakes posibilita la interacción de contenidos audiovisuales, generando desafíos para la credibilidad y la ética comunicacional.

Instagram como ecosistema social

Dado que Instagram es una de las plataformas con mayor interacción visual. La difusión de deepfakes no solo falta la percepción individual de la realidad, sino que puede implicarse por algoritmos que favorecen contenidos atractivos, independientemente de su veracidad (Díaz Vera, Asencio Quimi, Luzarraga Galarza, & Tapia Alvarado, 2025). Es importante destacar que Instagram funciona como un ecosistema híbrido en el que la lógica algorítmica y la viralidad de los contenidos no solo potencian la comunicación legítima, sino que también facilitan la circulación de información manipulada, incluidos los deepfakes, generando retos para la ética y la responsabilidad comunicativa entre los usuarios.

Comunicación digital

En la actualidad, un gran número de individuos han hecho parte de su vida cotidiana la comunicación digital, la tradicional a quedado en segundo plano, poniendo a “las TIC como uno de los campos temáticos más estudiados y se las encuentra en diversas agendas de investigación e intervención. Correspondientemente, el estado del arte se ha vuelto tan amplio y minucioso como heterogéneo y complejo”, ese es un claro ejemplo de que el mundo y la tecnología avanza y que cada vez solo mas dependientes de la tecnología, pero algo si es eminente el ser humano jamás será reemplazo, se ha convertido en un gran aliado en todas las ramas, pero la esencia y personalidad siempre tendrá que salir de la creatividad humana. (Ocampo, Comunicación digital: Definición operativa y aproximación a la participación bajo la forma inclusión/exclusión digital, 2022)

Este fenómeno comunicativo ha hecho revolución en todos los aspectos posibles de la vida de una persona, pero definitivamente la comunicación digital tiene un impacto positivo y

negativo dependiendo la situación en la sociedad por eso continuación se la define:

La comunicación digital no es meramente comunicación ‘computarizada’ (comunicación con computadoras), sino que supone un fenómeno comunicativo emergente, altamente improbable y complejo. Nuestra propuesta consiste en definir y desarrollar conceptos estrictamente sociológicos, i.e. comunicativos, que eviten incursionar en el socio-logicismo y que enfoquen el medio técnico según sus atributos propagativos sin incurrir en el tecnologicismo. El énfasis colocado sobre la actualidad y el presente de la comunicación digital evitará la tentación de la sobrecarga diacrónica y de la ilimitación, pues reservará la observación de tendencias al seguimiento longitudinal del fenómeno y sus eventuales transformaciones de la sociedad en cuanto medio de comunicación emergente. (Ocampo, 2022)

La ética digital frente al desarrollo de las tecnologías

Es una rama emergente de la ética aplicada que estudia los principios, normas y valores que deben regir el comportamiento humano en contextos mediados por tecnologías digitales. Este ámbito abarca desde las prácticas cotidianas de los usuarios en entornos virtuales hasta las decisiones técnicas, organizativas y políticas asociadas al diseño, desarrollo y aplicación de tecnologías como la inteligencia artificial, el big data, el internet de las cosas o los sistemas algorítmicos automatizados. (Guijarro)

La manipulación digital mediante deepfakes

Definimos deepfake como la generación de contenido audiovisual engañoso o falso mediante la manipulación de imágenes, sonidos o vídeos. Este contenido generado estará

descontextualizado en cuanto a tiempo, forma o lugar. Las deepfakes integran diferentes tipos de contenidos (imágenes, videos y audios) que, entrelazados, permiten crear un video falso.

Así, las deepfakes pretenden engañar al usuario manipulando un personaje o incluso creando una animación. Se trata de una personalización que se realiza con tecnología audiovisual que trabaja en diferentes niveles, como pueden ser la cara, la voz, el movimiento de los labios o las posturas. A pesar de que hay aplicaciones que permiten generar deepfakes a un coste reducido, crear videos profesionales, que realmente engañen al público, tiene un coste elevado, ya que supone la participación de expertos de diferentes áreas, como lingüistas, montadores de video o especialistas en animación.

Manipulación con IA

Según (Oliva, 2023) la intención de los agentes manipuladores, tiene una influencia significativa, considerando que un agravante del propósito negativo de la manipulación es el uso de medios digitales como redes sociales y plataformas de IA, sin embargo, argumenta que la tecnología es puramente instrumental.

METODOLOGÍA

El presente estudio se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, orientado a comprender el impacto social, ético y comunicacional de las deepfakes en la plataforma Instagram. Este enfoque permite analizar fenómenos emergentes desde una perspectiva interpretativa, priorizando el significado y el contexto de los contenidos visuales. La investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como nos la presentan las personas (Salazar Escorcia, 2020).

Para el análisis visual, se seleccionaron cuatro imágenes con deepfakes difundidas en Instagram, escogidas mediante un muestreo intencional considerando su nivel de realismo visual, potencia de viralidad y capacidad de influir en la percepción de credibilidad (Salinas Parra & Salcedo Pinela, 2025).

Como segunda técnica de investigación se realizaron cuatro entrevistas de carácter semiestructurado a profesionales del campo de la comunicación, seleccionados de manera intencional por su experiencia en comunicación digital. Este tipo de entrevista fue elegido por su carácter abierto y adaptable, lo que facilitó una exploración profunda de las experiencias, criterios y valoraciones de los profesionales en torno al uso de deepfakes, sus implicaciones sociales y los desafíos éticos que enfrentan tanto los productores de contenido como las plataformas digitales que los difunden (Villarreal Puga & Cid García, 2022).

La investigación respetó principios éticos fundamentales, garantizando la confidencialidad de los entrevistados y el uso responsable de los contenidos analizados. Asimismo, el estudio se orienta a contribuir al debate académico sobre el uso ético de la inteligencia artificial, promoviendo prácticas comunicativas responsables en el ecosistema digital (Floridi, 2023).

Deepfakes y desinformación

En este sentido, diversos estudios advierten que los deepfakes representan una nueva forma de desinformación audiovisual, ya que permiten crear representaciones falsas con un alto nivel de realismo que pueden difundirse rápidamente en entornos digital, afectando la confianza pública en los contenidos mediantes y en la veracidad de la información (López Borrull, Vives Gràcia, & Badell, 2018).

Inteligencia artificial

Asimismo, la inteligencia artificial en los procesos informativos está transformando la forma en que se produce, analiza y contribuye el contenido digital, lo que plantea nuevas oportunidades para mejorar la eficiencia y la precisión de la información, pero también genera preocupaciones relacionadas con la veracidad, la objetividad y la responsabilidad ética en el sistema mediático (Reyes Hidalgo & Burgos Zambrano, 2024).

Manipulación con IA

De esta perspectiva, la inteligencia artificial ha transformado los procesos comunicativos al introducir herramientas capaces de analizar grandes volúmenes de información y generar contenidos automáticos. No obstante, su uso también plantea riesgos asociados a la manipulación de la información y a la difusión de contenidos alterados en entornos digitales, lo que exige una reflexión crítica sobre su impacto en la comunicación y en la construcción de la opinión pública (Herrera-Ortiz et al., 2024).

Instagram

Asimismo, diversos estudios destacan que Instagram se ha consolidado como un espacio central de interacción social y construcción de contenidos digitales, son de las dinámicas de participación, comentarios y compartidos influyen directamente en la visibilidad de la información. En este entorno, la forma en que los usuarios interpretan y consumen los contenidos está mediada por las características propias de la plataforma y por las lógicas de interacción social que se desarrollan dentro de ella (Virós Martín, Jiménez Morales, & Montaña Blasco, 2025).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presenta el análisis de las publicaciones seleccionadas de Instagram, de forma individual representada por categorías e indicadores claves vinculadas al realismo visual, la narrativa, la credibilidad y la dimensión ética. Este enfoque permite comparar los efectos comunicacionales y los riesgos asociados a la desinformación visual en el entorno digital.

Tabla 1
Figura humana realizada en IA

Categoría	Indicador	Observación	Conclusión
Tipo de contenido	Imagen con deepfake	La figura humana presenta rasgos físicos y faciales altamente estilizados y poco naturales, lo que sugiere generación o alteración mediante IA.	La imagen corresponde a una manipulación digital.
Realismo visual	Medio	El entorno es coherente pero la textura de la piel y las proporciones corporales resultan artificiales.	El realismo es suficiente para engañar a primera vista, pero detectable con observación detallada.
Narrativa visual	Mensaje implícito	La imagen proyecta una estética idealizada del cuerpo y una presencia visual construida para atraer la atención de las personas que vean la imagen.	La narrativa refuerza estereotipos y construcciones irreales de la imagen corporal de una mujer.
Potencial de viralidad	Alto	El contenido es visualmente llamativo y estéticamente atractivo ya que el color de piel de la imagen es poco común en la sociedad, lo cual llama la curiosidad en redes sociales.	Tiene alta probabilidad de difusión y consumo masivo.
Impacto en la credibilidad	Medio	Puede generar confusión sobre la autenticidad de la imagen, pero no presenta un contexto informativo explícito.	Afecta la confianza visual, aunque el daño informativo directo es limitado.
Dimensión ética	Transparencia ausente	No existe indicación visible de que la imagen haya sido generada o manipulada digitalmente.	Se vulnera el principio de transparencia en contenidos digitales.
Riesgos de desinformación	Medio	Aunque no comunica un hecho noticioso, puede inducir percepciones erróneas sobre cuerpos reales.	El riesgo radica más en la desinformación visual y simbólica que en la informativa.

Nota: La tabla es de elaboración propia y basada en imagen proporcionada por Instagram.

Análisis: A imagen analizada es una deepfake, aunque resulte llamativa, y puede engañar a primera vista sus rasgos corporales y faciales son artificiales. Esta narrativa es refuerza estereotipos irreales del cuerpo femenino, por lo cual tiene un alto impacto en las redes sociales, pero también genera duda sobre la autenticidad, pero no transmite información explícita. Sin embargo, no se puede dejar de lado que la ausencia de transparencia vulnera principios éticos y abre riesgos de desinformación simbólica al inducir percepciones artificiales sobre cuerpos reales.

Tabla 2
Imagen humanoide realizada con IA

Categoría	Indicador	Observación	Conclusión
Tipo de contenido	Imagen con deepfake	Se observa la superposición y manipulación de dos cuerpos y rostros reconocibles en un contexto que no corresponde a una escena real, con vestimenta y poses que sugieren edición digital avanzada.	La imagen corresponde a una manipulación digital tipo <i>deepfake</i> o montaje con IA.
Realismo visual	Medio	La iluminación del entorno es coherente, pero existen incongruencias en la textura de la piel, rigidez corporal y proporciones que no resultan totalmente naturales, ya que ambos son dos personajes políticos muy mediáticos a nivel mundial, lo cual deja en evidencia la veracidad de la imagen.	El realismo puede engañar en una primera impresión, pero es identificable como artificial tras un análisis detallado.
Narrativa visual	Mensaje implícito	La imagen busca provocar impacto y atención mediante la exageración estética y la ruptura de roles tradicionales, apelando a lo visualmente transgresor de dos personajes mundialmente conocidos en la política.	La narrativa está construida para generar polémica y viralidad más que para representar una situación real.
Potencial de viralidad	Alto	La combinación de figuras reconocibles, estética provocadora y posible sátira política favorece la circulación masiva en redes sociales.	Tiene alta probabilidad de difusión y reacciones intensas en plataformas digitales.
Impacto en la credibilidad	Medio	Al no presentarse como noticia formal, la imagen no informa hechos concretos, pero sí puede confundir sobre su autenticidad.	Daña la confianza visual y refuerza la normalización de contenidos manipulados.
Dimensión ética	Transparencia ausente	No existe advertencia visible que indique que se trata de una imagen alterada o generada artificialmente.	Se vulnera el principio de transparencia y responsabilidad en contenidos digitales.
Riesgos de desinformación	Medio	Aunque no comunica un hecho noticioso, puede reforzar percepciones erróneas sobre identidades, cuerpos y representaciones públicas.	El riesgo se centra en la desinformación visual y simbólica más que en la informativa.

Nota. Elaboración propia, basada en una imagen de Instagram.

Análisis: La imagen analizada es un deepfake, donde se manipula cuerpos y rostros reconocibles en el ámbito político en un contexto irreal. Aunque el realismo visual puede engañar a primera vista, las incongruencias en piel y proporciones delatan a la IA. La narrativa está diseñada para generar polémica y viralidad más que para representar hechos reales, aprovechando la notoriedad de los personajes. El impacto es moderado, no informa hechos, pero sí confunde sobre autenticidad y normaliza la manipulación digital. Éticamente, la ausencia de transparencia vulnera principios de responsabilidad en contenidos digitales. El riesgo de desinformación se centra en lo simbólico y visual, reforzando percepciones erróneas sobre figuras políticas.

Tabla 3
Imagen de una foca manipulada con IA

Categoría	Indicador	Observación	Conclusión
Tipo de contenido	Imagen con <i>deepfake</i>	La publicación muestra una escena aparentemente cotidiana sobre un evento imposible una foca devorando un perro mientras pasea con su dueña por el mar, generado mediante manipulación digital.	El contenido corresponde a un <i>deepfake</i> visual diseñado para impactar emocionalmente y captar atención.
Realismo visual	Medio	Aunque la escena resulta creíble en un primer vistazo, se identifican inconsistencias visuales, como la ausencia de humedad en el pantalón de la joven pese a estar en el mar.	El nivel de realismo es suficiente para engañar momentáneamente, pero presenta fallas que evidencian la manipulación.
Narrativa visual	Mensaje implícito	La imagen apela al shock y a la sorpresa, sin contexto explicativo, generando una reacción emocional inmediata en el espectador.	Se construye una narrativa sensacionalista que prioriza el impacto sobre la veracidad.
Potencial de viralidad	Alto	El contenido combina elementos emocionales como mascota, peligro y sorpresa que incentivan la interacción y el compartir.	La imagen tiene alta probabilidad de viralización en redes sociales.
Impacto en la credibilidad	Medio	La falta de señalización sobre la manipulación puede inducir a la audiencia a interpretar la escena como real.	El contenido afecta la credibilidad informativa, especialmente en usuarios con bajo nivel de alfabetización digital.
Dimensión ética	Transparencia ausente	No se advierte que la imagen ha sido generada o alterada mediante inteligencia artificial.	Se vulneran principios éticos al omitir información sobre la naturaleza del contenido.
Riesgos de desinformación	Medio	Aunque el contenido parece ficticio, su realismo parcial puede generar confusión o interpretaciones erróneas.	El <i>deepfake</i> representa un riesgo moderado de desinformación visual.

Nota. Elaboración propia, basada en una imagen de Instagram.

Análisis: La imagen analizada corresponde a un *deepfake* visual que presenta una escena aparentemente cotidiana con un evento imposible, diseñado para generar impacto emocional. Aunque el realismo es medio y puede resultar creíble a primera vista, ciertas inconsistencias visuales evidencian la manipulación digital. La narrativa se apoya en el shock y el sensacionalismo, lo que incrementa su potencial de viralidad en redes sociales. Sin embargo, la ausencia de señalización sobre el uso de inteligencia artificial afecta la credibilidad informativa y plantea cuestionamientos éticos, al tiempo que supone un riesgo moderado de desinformación para la audiencia.

Tabla 4
Imagen de figuras políticas manipuladas por IA

Categoría	Indicador	Observación	Conclusión
Tipo de contenido	Imagen con <i>deepfake</i>	El <i>reel</i> presenta un video manipulado mediante inteligencia artificial donde se representa a figuras políticas reales en una situación ficticia (bailando), imposible en un contexto real.	El contenido corresponde a un <i>deepfake</i> audiovisual con fines de entretenimiento, pero sin señalización clara de manipulación.
Realismo visual	Alto	Los rasgos faciales, movimientos corporales y sincronización general resultan convincentes a primera vista, lo que puede inducir a confusión en ciertos públicos.	El alto nivel de realismo incrementa la posibilidad de que el contenido sea percibido como auténtico.
Narrativa visual	Mensaje implícito	La escena sugiere una relación de cercanía, burla o ironía política entre ambos personajes, sin un contexto explicativo explícito.	El mensaje implícito se construye desde el humor político, pero puede ser interpretado erróneamente como un hecho real.
Potencial de viralidad	Alto	El uso de personajes públicos reconocidos, el humor y lo inesperado favorecen la circulación rápida del contenido en Instagram.	El <i>reel</i> posee un alto potencial viral, lo que amplifica su alcance y su impacto comunicacional.
Impacto en la credibilidad	Medio	Aunque algunos usuarios pueden identificarlo como humor, otros podrían no reconocer la manipulación digital.	El <i>deepfake</i> afecta la credibilidad informativa al difuminar los límites entre lo real y lo artificial.
Dimensión ética	Transparencia ausente	No se evidencia una advertencia clara que indique que el video ha sido generado o manipulado con inteligencia artificial.	La ausencia de transparencia vulnera los principios de la comunicación responsable.
Riesgos de desinformación	Medio	El contenido no informa directamente, pero puede generar interpretaciones erróneas.	Existe un riesgo moderado de desinformación, especialmente en audiencias con baja Alfabetización mediática.

Nota. Elaboración propia basada en imagen de Instagram.

Análisis: El reel publicado en Instagram corresponde a un *deepfake* que utiliza inteligencia artificial para representar a figuras políticas reales en una escena ficticia con fines de entretenimiento, pero sin advertir su carácter manipulado. El alto realismo visual y la narrativa implícita basada en el humor político favorecen su alta viralidad en Instagram, lo que amplifica su impacto comunicacional. No obstante, la ausencia de transparencia afecta la credibilidad del contenido y plantea riesgos moderados de información, especialmente en audiencias con limitada alfabetización mediática, lo que pone en cuestión los principios de la comunicación responsable en entornos digitales.

Análisis de entrevistas a profesionales

El siguiente análisis de las entrevistas a profesionales de la comunicación permitió identificar percepciones expertas sobre el impacto de los deepfakes en la credibilidad informativa y la ética comunicacional en Instagram. La codificación temática evidenció consensos y diferencias en torno al uso de la inteligencia de artificial, la desinformación visual y las responsabilidades de cada actor, aportando una comprensión especializada de los desafíos de la comunicación responsable en entornos digitales.

Los entrevistados son:

Jefferson Álvarez: Investigador en Comunicación Digital con experiencia en comunicación en redes sociales y análisis de contenidos digitales.

Jesús Zambrano: Comunicador Social, experto en inteligencia artificial.

Yomayra Narváez: Capitana y encargada del departamento de Comunicación de la Policía Nacional del distrito de Quito.

Alicia Condoy: Docente y experta en IA aplicadas en la Comunicación.

Tabla 5

Análisis de entrevistas a profesionales

Indicadores	Jefferson Álvarez	Jesús Zambrano	Yomayra Narváez	Alicia Condoy
Percepción de autenticidad	La alta carga visual de Instagram debilita la percepción de autenticidad, favoreciendo la aceptación acrítica de contenidos manipulados.	Los <i>deepfakes</i> reducen la percepción de autenticidad en Instagram cuando no son señalizados, ya que dificultan diferenciar entre contenido real y manipulado.	Es un fenómeno de doble filo, ya que implica que un gran número de personas que aún no están relacionadas con la IA crean este tipo de audiovisuales o imagen y sean tomado para desinformar a la ciudadanía y crear estereotipos no reales en la sociedad.	Los <i>deepfakes</i> constituyen una forma avanzada de manipulación audiovisual que erosiona la noción de autenticidad en la comunicación digital.
Uso creativo Vs Uso manipulativo	El uso de <i>deepfakes</i> puede ser creativo o ético solo cuando existe claridad y propósito comunicacional; de lo contrario, se convierte en manipulación.	La inteligencia artificial puede emplearse de forma creativa y legítima; sin embargo, su uso se vuelve manipulativo cuando se omite la advertencia y se induce al engaño.	De manera profesional ha transformado positivamente ya que realizo mi trabajo más rápido y eficientemente, ya que, con la ayuda de la IA, se me ha facilitado cumplir con mis funciones, claramente reviso lo que solicito a la IA, pero en cuestión tiempo es muy favorable.	La automatización y la hiperpersonalización han modificado profundamente la lógica de la producción audiovisual.

Riesgos éticos percibidos	Los <i>deepfakes</i> representan una amenaza ética al generar desconfianza social y afectar la credibilidad de personas.	Se identifican riesgos como desinformación, manipulación emocional y daño a la reputación de personas o instituciones.	Que la sociedad se cree estereotipos irreales y que la juventud crea que está bien seguir esas tendencias causando daños psicológicos, más que todo en la mujer ya que es el género más vulnerable es cuestiona de Estereotipos sociales.	El uso de <i>deepfakes</i> abre escenarios de desinformación masiva, vulneración de derechos de imagen, manipulación política y banalización de la verdad. Además, instala un clima de desconfianza que afecta la cohesión social y la legitimidad de los discursos públicos
Ética profesional	La ética profesional es un elemento clave para preservar la credibilidad y la confianza de las audiencias en entornos digitales.	Los creadores de contenido deben actuar con responsabilidad transparencia y señalización clara del uso de inteligencia artificial.	Ser más conscientes y no promover en sus plataformas este tipo de comunicación ya que esto incrementa la desinformación en la sociedad.	Los productores deben asumir una responsabilidad ética y comunicacional.
Regulación y transparencia	La regulación y la transparencia son necesarias para reducir el uso malintencionado de <i>deepfakes</i> y proteger a los usuarios.	Las plataformas deben establecer políticas de etiquetado visible y mecanismos de detección de contenidos generados con IA.	Debería ser un ente regulador, e informar a los usuarios con alguna advertencia de que el contenido que esta observado esta generado por IA, sería de gran ayuda para que la gente empiece a reconocer este tipo de audiovisuales e imágenes.	Las plataformas tienen la obligación de regular, etiquetar y advertir sobre contenidos sintéticos, realizados con IA.

Nota. Elaboración propia basada en las entrevistas de los profesionales.

Tabla 6
FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

F	O
Potencial creativo de la IA en la producción visual digital.	Impulso a la alfabetización mediática y ética digital.
Alta capacidad de alcance e interacción en Instagram.	Desarrollo de políticas de transparencia en el uso de la IA.
Innovación en las narrativas audiovisuales contemporáneos.	Ampliación de estudios académicos sobre comunicación digital.
D	A
Dificultad para reconocer contenidos visuales manipulados.	Difusión de desinformación visual. Afectación a la credibilidad y a la identidad digital.
Pérdida de confianza en la información digital.	Normalización de la manipulación audiovisual en redes sociales.
Insuficiente formación crítica de usuarios y creadores.	

Nota. Elaboración propia (2026)

Análisis: El FODA evidencia que el uso de deepfakes en Instagram amplía las posibilidades narrativas y el alcance comunicativo, aunque plantea riesgos sustanciales para la credibilidad informativa. Las oportunidades de fortalecimiento de la alfabetización mediática y de regulación ética contrasta con debilidades relacionadas con la limitada capacidad de identificación de contenidos sintéticos. Asimismo, la desinformación visual se configura como una amenaza estructural para la confianza digital y la identidad comunicativa. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de promover prácticas responsables en el ecosistema comunicacional digital.

CONCLUSIONES

Las deepfakes representan un desafío significativo en contextos sociales dentro de la plataforma de Instagram para la comunicación responsable, ya que estas tecnologías pueden tener aplicaciones creativas y su circulación sin transparencia debilita la percepción de autenticidad, amplía estereotipos irreales y ayuda a la viralidad de contenidos manipulados en el algoritmo. Esto genera riesgos éticos como la desinformación digital, el daño de la reputación y el desgaste de la confianza pública. Por ello, resulta imprescindible promover la alfabetización digital, la ética profesional y la regulación transparente, de modo que se equilibre el potencial innovador de la inteligencia artificial con la protección de la credibilidad y la responsabilidad en los entornos digitales. También es necesario la concientización a través de las diferentes redes sociales sobre la manipulación de audiovisuales y su uso inadecuado, para que se tomen las medidas necesarias para corroborar la veracidad de estos y no caer en desinformación ni estafas.

REFERENCIAS

- Alzaga Gallo, A. (2025). La metamorfosis de la verdad: Deepfakes y el desafío de la autenticidad en la sociedad digital. Ediciones Complutense, 46. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/DERE/article/view/102344/4564456573079>
- Ballesteros Aguayo, L., & Ruiz del Olmo, F. J. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: el deepfake como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 1–14. Obtenido de <https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/294/689>
- Díaz Vera, J. P., et al. (2025). Redes sociales y desinformación en la era digital frente al reto de los algoritmos y la verificación de información. *Dominio de las Ciencias*, 118–132. Obtenido de <https://dominodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/4452/8851>
- Floridi, L. (2023). The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities. *Tópicos, Revista de Filosofía*. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/trf/n71/0188-6649-trf-71-481.pdf>
- Guijarro, E. (s.f.). *Ética digital*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Ocampo, S. P. (2022a). Comunicación digital: Definición operativa y aproximación a la participación bajo la forma inclusión/exclusión digital. Obtenido de <https://revistamad.uchile.cl/index.php/RMAD/article/view/68542/71398>
- Ocampo, S. P. (2022b). Comunicación digital: Definición operativa y aproximación a la participación bajo la forma inclusión/exclusión digital. Obtenido de <https://revistamad.uchile.cl/index.php/RMAD/article/view/68542/71398>
- Oliva, A. E. (2023). *Marketing inteligente: Una manipulación artificial*. Veracruz.
- Salazar Escorcia, L. S. (2020). Investigación cualitativa: Una respuesta a las investigaciones sociales. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 101–111. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7390995.pdf>
- Salinas Parra, N. K., & Salcedo Pinela, Á. V. (2025). Impacto de los deepfakes en la confianza pública y la credibilidad de los medios de comunicación: una revisión sistemática. *Revista Científica Internacional*, 12(3), 2098. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i3.1443>
- Villarreal Puga, J., & Cid García, M. (2022). Aplicación de entrevistas semiestructuradas en distintas modalidades durante el contexto de la pandemia. *Revista Científica Hallazgos21*. Obtenido de <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/556/507>
- Herrera Ortiz, J., et al. (2024). La inteligencia artificial y su impacto en la comunicación: recorrido y perspectivas. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 278–296. <https://doi.org/10.36390/telos261.18>

- López Borrull, A., et al. (2018). Fake news: ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El Profesional de la Información*, 65. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.nov.17>
- Reyes Hidalgo, C. M., & Burgos Zambrano, D. J. (2024). Inteligencia artificial y periodismo: retos y desafíos en la nueva era. *Actas del Congreso de Investigación, Desarrollo e Innovación (UNICYT)*, 386–495. Obtenido de <https://revistas.unicyt.org/index.php/actasidi-unicyt/article/download/263/249>
- Virós Martín, C., et al. (2025). Adolescentes, TikTok e Instagram: percepciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en su vida social. *Revista de Comunicación*, 451–457. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3774>