

Lo viejo funciona

Williams Gómez Iturra
Periodista
Consultor en Social Media



Juan despierta en la parte trasera de una añosa camioneta en marcha. El traqueteo de algunas piezas que acompañan el sonido del motor invitan a imaginar los calurosos caminos de antaño por los que este vehículo anduvo, quizás en días más sencillos que los de hoy.

A raíz de aquello y ante la enorme intriga de Juan, este le pregunta a César: “¿Cómo hiciste andar esto?” El conductor del antiguo pero nunca obsoleto vehículo respondió: “¿Lo viejo funciona, Juan!”

Esta escena de El Eternauta reabre el debate sobre nuestra dependencia de las nuevas tecnologías. La inteligencia artificial está transformando la comunicación y la publicidad, pero su avance también amenaza con desplazar a profesionales creativos. Es hora de repensar el rol humano en un ecosistema digital cada vez más automatizado.

¿Qué lugar ocupamos los comunicadores en un mundo donde la IA escribe guiones, diseña campañas y segmenta audiencias con precisión quirúrgica?

Como profesional con experiencia en medios, docencia y contenidos transmedia, he sido testigo del vertiginoso avance tecnológico. Siempre he defendido la formación de estudiantes capaces de integrar disciplinas, comprender audiencias y construir relatos significativos. Pero la irrupción de la IA nos obliga a preguntarnos: ¿qué estamos dejando atrás?

Uno de los riesgos más evidentes es la automatización de tareas creativas. Herramientas basadas en IA ya gene-

ran textos, logotipos, videos y campañas completas. Lo que parece una ventaja competitiva puede traducirse en una drástica reducción de plazas laborales. El redactor, el diseñador o el community manager podrían volverse prescindibles si no se adaptan.

Pero el problema no es solo técnico, sino también ético y formativo. Si la IA reemplaza la intuición humana, la sensibilidad cultural y la capacidad de leer entre líneas, ¿qué tipo de mensajes estaremos produciendo? ¿Qué pasa con la diversidad de voces, la representación o la crítica social que nace desde la sensibilidad humana? La IA puede optimizar, pero no puede empatizar.

Lo nuevo siempre se presenta como una mejora. Pasó con la imprenta, con las computadoras. Pero ¿qué entendemos por “lo humano”? Quizás Rilke nos dé una pista. En una carta de 1925, escribió: “Cada cosa era como una vasija en la cual ellos encontraban algo humano y en la que añadían algo humano [...] las cosas consabidoras de nosotros se están agotando [...] sobre nosotros pesa la responsabilidad no sólo de mantener su recuerdo [...] sino su valor humano y láríco”.

El desafío no es tecnológico, es cultural. Si no queremos que la IA nos reemplace, debemos demostrar nuestra creatividad, empatía y capacidad de narrar historias. Lo que nos hace humanos sigue siendo insustituible. Y eso, más que nunca, se aprende trabajando juntos. Porque lo viejo, siempre... siempre funciona.