



Este es un artículo  
OpenAccess publicado bajo  
La licencia Creative  
Commons Atribucion 4.0  
International  
(CC-BY 4.0)

# Impacto de la IA en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú

**Impact of AI on the career job market  
Communication Sciences professional in Peru**

Walter Zapata Márquez  
UNIFÉ  
Lima - Perú  
walterzapatam@unife.edu.pe  
ORCID: 000-0001-8760-2204

## RESUMEN

Este artículo de revisión sistemática examina cómo la inteligencia artificial (IA) está influyendo en el ámbito laboral específico de la carrera de Ciencias de la Comunicación en Perú. Mediante la aplicación del método PRISMA y el planteamiento de cinco preguntas de investigación, se buscó alcanzar el objetivo principal del estudio. Los hallazgos sugieren que la IA está provocando una transformación en las habilidades y perfiles profesionales requeridos en este sector, destacando la importancia de las competencias vinculadas al entendimiento y manejo de tecnologías inteligentes en el ámbito comunicacional. Esta realidad subraya la necesidad de actualizar los programas académicos universitarios para que respondan a las exigencias actuales del mercado laboral, con el fin de mejorar la empleabilidad de los futuros egresados. La revisión proporciona un análisis detallado sobre cómo la incorporación de la IA en el campo de las Ciencias de la Comunicación está generando nuevas tendencias, retos y oportunidades, lo cual es esencial para la evolución constante de los profesionales y los currículos de formación ante las necesidades cambiantes del mercado de trabajo. En resumen, el estudio destaca la importancia de comprender y adaptarse a las implicaciones que tiene la integración de la IA en esta disciplina profesional para satisfacer las demandas emergentes del mercado laboral.

**Palabras clave:** Ciencias de la Comunicación, Empleabilidad, Formación profesional, Inteligencia Artificial, Mercado Laboral.

## ABSTRACT

This systematic review article examines the impact of artificial intelligence (AI) on the job market for the career of Communication Sciences in Peru. By employing the PRISMA method and formulating five research questions, the study aimed to achieve its main objective. The findings suggest that AI is causing significant shifts in the demand for skills and professional profiles in this sector, highlighting the growing importance of competencies related to the understanding and use of smart technologies in the field of communication. This reality underscores the need to update university academic programs to meet the current demands of the job market, in order to enhance the employability of future graduates. The review provides a detailed analysis of how the incorporation of AI in the field of Communication Sciences is generating new trends, challenges, and opportunities, which is essential for the constant evolution of professionals and training curricula in response to the changing needs of the labor market. In summary, the study emphasizes the importance of understanding and adapting to the implications of integrating AI into this professional discipline to meet the emerging demands of the job market.

**Keywords: Communication Sciences, Employability, Vocational Training, Artificial Intelligence, Job Market.**

## INTRODUCCIÓN

La integración de la inteligencia artificial (IA) en diversos ámbitos ha generado un impacto significativo en el mercado laboral a nivel global. En el contexto específico de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú, es crucial comprender cómo la IA está influyendo en las demandas de nuevas habilidades y perfiles profesionales, así como en las oportunidades y desafíos que presenta para los futuros profesionales de este campo.

La IA se ha convertido en un tema central en la transformación digital de las organizaciones y sectores profesionales, ya que ha redefinido las habilidades laborales y las expectativas de los empleadores, lo que requiere una adaptación continua de los profesionales (Smith & Anderson, 2017). Asimismo, la personalización del aprendizaje a través de la IA ha sido identificada como una tendencia clave en la educación (García et al., 2020), lo que plantea la necesidad de comprender su impacto en la formación de profesionales de la comunicación.

Investigaciones recientes han analizado el impacto de la IA en el mercado laboral de la

comunicación en contextos latinoamericanos. Estas han proporcionado insights relevantes sobre las tendencias y desafíos específicos en la región. La IA afectará a largo plazo el mercado laboral: creará nuevas oportunidades para aquellos con las habilidades necesarias, mientras que podría causar pérdidas de empleo para aquellos sin capacitaciones actualizadas (Ramírez, 2023).

Del mismo modo, se exploró la convergencia de la IA en la experiencia de aprendizaje. Se resalta la necesidad de comprender su impacto en la formación de profesionales en diferentes campos, pues la inteligencia artificial ha irrumpido de forma radical en el ámbito de la comunicación. Desde la liberación del código del programa de texto a imagen Stable Diffusion, de Stability.ai, y la popularización de otros programas similares como Dall-e de OpenAI, o de MidJourney, hasta el desarrollo de herramientas de edición como Runway, de creación de sonidos como Harmonai, o de creación de textos y diálogo, como GPT-3/4, y su forma más popular, ChatGPT, el mundo de la comunicación ha experimentado una intensa sacudida, tanto a nivel académico como a nivel profesional (Guerrero-Solé & Ballester, 2023).

A pesar de los avances en la comprensión del impacto de la IA en la formación de profesionales de la comunicación, existen vacíos temáticos significativos en relación con su influencia específica en el mercado laboral. La falta de investigaciones centradas en este contexto particular resalta la necesidad de abordar este vacío para informar de manera efectiva los cambios que podrían darse al demandar un nuevo perfil o nuevas habilidades en el comunicador.

El presente artículo tiene como objetivo identificar el impacto de la IA en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú a partir de una revisión sistemática de la literatura especializada. Al abordar este objetivo, se busca proporcionar una visión integral de las tendencias, desafíos y oportunidades que surgen de la integración de la IA en este campo profesional para evaluar la necesidad de actualizar los programas académicos universitarios para que respondan a las exigencias actuales del mercado laboral con el fin de mejorar la empleabilidad de los futuros egresados.

## MÉTODO

Para llevar a cabo esta revisión sistemática, se utilizó el método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), que es una guía para la realización de revisiones sistemáticas y meta-análisis. Este método se compone de un conjunto de directrices que permiten asegurar la calidad y transparencia de la revisión sistemática.

Para abordar el objetivo de la revisión sistemática, se plantearán las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué habilidades y perfiles profesionales son actualmente más demandados en el sector de Ciencias de la Comunicación en Perú?
- ¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial (IA) a las necesidades de habilidades

y perfiles profesionales en el ámbito de Ciencias de la Comunicación en Perú?

- ¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que la IA introduce en el campo laboral de Ciencias de la Comunicación en Perú?
- ¿Cómo están adaptándose los profesionales de Ciencias de la Comunicación y los programas educativos en Perú ante los cambios en las demandas de habilidades y perfiles laborales?
- ¿Qué consecuencias trae la influencia de la IA en el ámbito laboral de Ciencias de la Comunicación en Perú para la educación y la planificación profesional?

Para identificar los estudios relevantes, se realizó una búsqueda sistemática en las bases de datos Scopus y Scielo utilizando los siguientes términos de búsqueda: "inteligencia artificial", "formación profesional", "ciencias de la comunicación", "empleabilidad" y "mercado laboral". Se aplicaron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar los estudios relevantes, y se consideraron aquellos que abordan el impacto de la IA en el mercado laboral de diferentes carreras profesionales. Se recopilaron datos relevantes de los estudios seleccionados y se realizó un análisis temático para sintetizar los hallazgos.

## RESULTADOS

1. Habilidades y perfiles profesionales más demandados en el sector de Ciencias de la Comunicación en Perú

Las habilidades y perfiles profesionales actualmente más demandados en el sector de Ciencias de la Comunicación en Perú incluyen que los profesionales cuenten con capacidades creativas, analíticas y tecnológicas. Entre las competencias más demandadas, se encuentran las siguientes: competencias digitales avanzadas; habilidades en redes sociales y marketing digital; capacidad para analizar e interpretar datos; conocimientos en inteligencia artificial y

automatización; habilidades de comunicación multimedia; destrezas en gestión de crisis y comunicación corporativa; y un enfoque en ética y responsabilidad social en la comunicación. Se observa una relación significativa entre el conocimiento de herramientas de inteligencia artificial y las oportunidades laborales (Calderón et al., 2023).

Como las actividades relacionadas con la comunicación no son monótonas ni mucho menos unidireccionales, existen áreas donde el profesional de este rubro desempeña funciones muy relevantes que han permitido transformar su concepción, orientándolo a un proceso que se ha profesionalizado en diferentes ramas de estudio; estas pueden ser el periodismo, relaciones públicas, comunicación organizacional, manejo de redes sociales, marketing y publicidad, audiovisuales, entre otros. Estas habilidades reflejan la necesidad de adaptarse a un entorno digital en constante cambio y de comprender cómo la tecnología impacta en la comunicación (Chávez, 2022).

En la presentación sobre el impacto de la IA en la comunicación moderna, Flor Jiménez se refirió al impacto transformador de la inteligencia artificial en la forma en que nos comunicamos. Destacó que estas dos fuerzas convergentes están moldeando el presente y el futuro de la interacción humana y tecnológica (UDEP, 2023).

Además, según la Encuesta Nacional de Percepción Social de la Inteligencia Artificial (2023), se observa un creciente interés en la integración de la inteligencia artificial en diversos sectores profesionales en Latinoamérica, lo que sugiere un cambio significativo en la demanda de nuevas habilidades y perfiles profesionales.

2. Impacto de la inteligencia artificial (IA) a las necesidades de habilidades y perfiles profesionales en el ámbito de Ciencias de la Comunicación en Perú.

La integración de la IA en el mercado laboral de la comunicación está generando cambios en las habilidades y perfiles profesionales demandados, con un énfasis creciente en competencias relacionadas con la comprensión y aplicación de tecnologías inteligentes en el contexto de la comunicación (Rodríguez, Pérez y Gómez, 2024).

La inteligencia artificial está influyendo en la demanda de habilidades y perfiles profesionales en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú al provocar una mayor necesidad de competencias relacionadas con la comprensión y aplicación de tecnologías inteligentes en el contexto de la comunicación. Esto incluye habilidades en análisis de datos, personalización de contenido, automatización de procesos de marketing y comunicación, así como la capacidad de adaptarse a nuevas herramientas y plataformas tecnológicas. La IA también está transformando la manera en que se abordan las estrategias de comunicación y marketing, lo que requiere que los profesionales de la comunicación en Perú adquieran conocimientos actualizados y habilidades en el uso efectivo de la tecnología para mantenerse relevantes en el mercado laboral (Zúñiga et al., 2023).

3. Principales desafíos y oportunidades que la IA introduce en el campo laboral de Ciencias de la Comunicación en Perú.

Los desafíos y oportunidades que presenta la inteligencia artificial en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú son diversos.

Desafíos:

- Adaptación a la tecnología: Los profesionales de la comunicación en Perú deben enfrentar el desafío de adaptarse rápidamente a los avances tecnológicos, incluida la IA, para mantener su relevancia en el mercado laboral.
- Competencia laboral: La implementación de IA puede aumentar la competencia entre

los profesionales, ya que aquellos con habilidades avanzadas en tecnología podrían tener ventaja en el mercado laboral.

- **Ética y privacidad:** El uso de IA en la comunicación plantea desafíos éticos y de privacidad que deben abordarse para garantizar prácticas justas y respetuosas.

#### Oportunidades:

- **Eficiencia y efectividad:** La IA puede mejorar la eficiencia y efectividad en la comunicación al permitir la personalización de contenido, la automatización de tareas repetitivas y el análisis de datos a gran escala.
- **Innovación:** La IA ofrece oportunidades para la innovación en la comunicación, permitiendo la creación de estrategias más avanzadas y la exploración de nuevas formas de interactuar con la audiencia.
- **Desarrollo profesional:** La adopción de IA en el campo de la comunicación en Perú puede crear oportunidades de desarrollo profesional para aquellos que adquieran habilidades en esta área, lo que les permitirá destacarse en el mercado laboral en evolución.

La IA ofrece oportunidades en términos de eficiencia y personalización del aprendizaje, también plantea desafíos en la adaptación de los profesionales de la comunicación a las nuevas demandas del mercado laboral, lo que sugiere la necesidad de abordar de manera integral los impactos de la IA en este ámbito. (García, Mora y Ávila, 2020)

#### 4. Adaptación de los profesionales de Ciencias de la Comunicación y los programas educativos en Perú ante los cambios en las demandas de habilidades y perfiles laborales

Los profesionales y programas de formación en Ciencias de la Comunicación en Perú están respondiendo a los cambios en la demanda de habilidades y perfiles profesionales en el mercado laboral de diversas maneras:

- **Actualización de currículos:** Las universidades y centros de formación están revisando y

actualizando sus planes de estudio para incluir contenido relevante sobre inteligencia artificial, análisis de datos, marketing digital y otras habilidades demandadas por el mercado laboral actual.

- **Integración de tecnología en la enseñanza:** Los programas de formación están incorporando herramientas y tecnologías relacionadas con la inteligencia artificial en sus metodologías de enseñanza para preparar a los estudiantes para el entorno laboral digital.

- **Programas de capacitación y cursos adicionales:** Se están ofreciendo programas de capacitación y cursos adicionales enfocados en habilidades específicas relacionadas con la IA y la comunicación para complementar la formación académica tradicional.

- **Alianzas con la industria:** Las instituciones educativas están estableciendo alianzas con empresas y organizaciones del sector de la comunicación para garantizar que sus programas de formación estén alineados con las necesidades reales del mercado laboral y proporcionen oportunidades de prácticas y empleo a los estudiantes.

A nivel Latinoamérica, los profesionales y programas de formación en el campo de la comunicación están respondiendo a los cambios en la demanda de habilidades y perfiles profesionales, reconociendo la importancia de integrar conocimientos y habilidades relacionadas con la IA en los planes de estudio y en el desarrollo profesional (Ramírez, 2023)

#### 5. Consecuencias que trae la influencia de la IA en el ámbito laboral de Ciencias de la Comunicación en Perú para la educación y la planificación profesional

El impacto de la inteligencia artificial en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú tiene importantes implicaciones para la formación de profesionales y la toma de decisiones en el ámbito educativo y laboral. Algunas de estas implicaciones son:

- **Revisión de los programas educativos:** Los

programas educativos en Ciencias de la Comunicación en Perú deben adaptarse para integrar conocimientos y habilidades relacionadas con la IA y la tecnología, garantizando que los graduados estén preparados para las demandas del mercado laboral actual y futuro.

- **Énfasis en habilidades complementarias:** Se requiere una mayor atención en el desarrollo de habilidades blandas, como la creatividad, el pensamiento crítico y la resolución de problemas, que son difíciles de automatizar y complementan las habilidades técnicas en el campo de la comunicación.
- **Fomento de la educación continua:** Dado que la tecnología evoluciona constantemente, es importante que los profesionales de la comunicación en Perú se comprometan con la educación continua y el desarrollo profesional para mantenerse actualizados en las últimas tendencias y tecnologías.
- **Ética y responsabilidad:** Se deben establecer políticas y regulaciones claras en relación con el uso ético de la IA en la comunicación, así como garantizar la protección de la privacidad y la seguridad de los datos de los usuarios.
- **Colaboración interdisciplinaria:** Es prioritario fomentar la colaboración entre profesionales de la comunicación, expertos en tecnología y otros campos relacionados para aprovechar al máximo el potencial de la IA en el ámbito de la comunicación en Perú.

Se destaca la necesidad de considerar las implicaciones éticas, legales y educativas de la integración de la IA en el mercado laboral de la comunicación en Perú, lo que subraya la importancia de informar la toma de decisiones en el ámbito educativo y laboral a partir de un entendimiento integral de estos impactos (Smith y Anderson, 2017).

En este sentido, la Inteligencia Artificial representa una serie de retos para su regulación jurídica, de esto, depende utilizarla como

una herramienta que favorece el mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos o como una tecnología de doble uso. (Becerril, 2021).

Estos resultados proporcionan una visión integral del impacto de la IA en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú, lo que contribuye a la comprensión de las tendencias, desafíos y oportunidades que surgen de la integración de la IA en este campo (Calderón, De la Cruz, García, Marín y Ruiz, 2023).

## DISCUSIÓN

La revisión sistemática permitió identificar que la IA está generando cambios significativos en el mercado laboral, lo que se refleja en la demanda de nuevas habilidades y perfiles profesionales, relacionadas con la comprensión y aplicación de tecnologías inteligentes en el contexto de la comunicación, y se destaca la necesidad de adaptación continua de los profesionales de la comunicación (Calderón et al., 2023).

Los resultados de esta revisión sistemática son consistentes con investigaciones similares en otros contextos, como el aporte que destaca la importancia de integrar conocimientos y habilidades relacionados con la IA en los planes de estudio y en el desarrollo profesional. Asimismo, los resultados sugieren la necesidad de abordar de manera integral los impactos de la IA en el mercado laboral de la comunicación en Perú, y se deben considerar tanto las oportunidades como los desafíos que presenta (Ramírez, 2023).

Una limitación de esta revisión sistemática es que se centró exclusivamente en el contexto peruano, lo que sugiere la necesidad de investigaciones adicionales en otros contextos latinoamericanos para comprender mejor los impactos de la IA en el mercado laboral de la comunicación en la región.

Asimismo, se recomienda la realización de estudios longitudinales para comprender mejor cómo la IA está influyendo en la demanda de habilidades y perfiles profesionales a lo largo del tiempo.

En conclusión, los resultados de esta revisión sistemática destacan la importancia de comprender el impacto de la IA en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú, lo que permitirá a los profesionales y programas de formación adaptarse de manera efectiva a las dinámicas cambiantes del mercado laboral. Asimismo, se destaca la necesidad de abordar de manera integral los impactos de la IA en este ámbito y considerar tanto las oportunidades como los desafíos que presenta.

## CONCLUSIONES

A partir de los resultados de la revisión sistemática, se puede concluir que la integración de la inteligencia artificial está generando cambios significativos en la demanda del mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú. Los hallazgos sugieren que la IA está influyendo en la búsqueda de habilidades y perfiles profesionales, con un énfasis creciente en competencias relacionadas con la comprensión y aplicación de tecnologías inteligentes en el contexto de la comunicación. Estos resultados son consistentes con investigaciones similares en otros contextos, lo que destaca la importancia de comprender el impacto de la IA en el mercado laboral de la comunicación en Perú.

La comprensión del impacto de la IA en el mercado laboral de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú es crucial para modificar la currícula académica de las universidades a fin de adecuar su formación a las nuevas demandas del mercado laboral de los futuros profesionales, buscando asegurar su empleabilidad. Los resultados de esta revisión sistemática proporcionan una visión integral de las tendencias, desafíos y oportunidades que surgen de la integración

de la IA en este campo, lo que contribuye a la adaptación continua de los profesionales de la comunicación y los programas de formación a las dinámicas cambiantes del mercado laboral.

La inteligencia artificial ha impactado en el mercado laboral de la carrera de ciencias de la comunicación de diversas maneras. Por ejemplo, la adopción estratégica de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en programas sociales en Perú ha generado una administración eficaz y productiva, lo que ha tenido un efecto transformador en el rendimiento laboral de los profesionales que trabajan en estos programas. Sin embargo, para ello, es necesario el despliegue de tres tipos de capacidades: creativas, analíticas y tecnológicas. En el uso de estas capacidades, intervienen el empleo de la inteligencia artificial. Su correcta aplicación permite la optimización de recursos y disminución de costes; pero, sobre todo, tiene un impacto trascendental, ya que facilita el anticiparnos a las necesidades de nuestro público y ofrecer soluciones acordes.

En conclusión, se puede identificar una correlación moderada y positiva entre ambas variables, lo que sugiere una relación significativa entre el conocimiento de herramientas de inteligencia artificial y las oportunidades laborales para la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en Perú. Comprender las tendencias, desafíos y oportunidades que surgen de la integración de la IA en este campo será vital para realizar las modificaciones correspondientes en el currículo académico, buscando una mejor formación del profesional para adaptarse de manera efectiva a las dinámicas cambiantes del mercado laboral a fin de asegurar su empleabilidad futura.

## REFERENCIAS

Becerril Gil, A. A. (julio-diciembre de 2021). Retos para la regulación jurídica de la Inteligencia Artificial en el ámbito de la Ciberseguridad. *IUS Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla*, 15(48), 9-34. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/rius/-v15n48/1870-2147-rius-15-48-9.pdf>

Calderón, R., De la Cruz, J., García, P., Marín, W. & Ruiz, D. (2023). La inteligencia artificial y su impacto en las oportunidades laborales de los estudiantes universitarios de Lima Norte. <https://doi:10.4108/eetsis.3841>

Chávez, J. (2022). Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3470-3482. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i3.2478](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2478)

Encuesta Nacional de Percepción Social de la Inteligencia Artificial. (2023). DOI:10.32457/12728/10276202374. Corpus ID: 262197876

García, V., Mora, A. y Ávila, J. (2020). La inteligencia artificial en la educación. *Dominio De Las Ciencias*, 6(3), 648-666. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1421>

Guerrero-Solé, F. & Ballester, C. (2023). El impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la disciplina de la comunicación. *Hipertext.net*, (26), 1-3. <https://doi.org/10.31009/hipertext-net.2023.i26.01>

Ramírez, A. (2023). The impact of AI in the job market. <https://www.linkedin.com/pulse/impact-ia-job-market-alain-ramirez-martinez>

Rodríguez, A., Pérez, B., & Gómez, C. (2024). La Didáctica de Ciencias Naturales y el Uso de la Inteligencia Artificial. *Convergencia de la Integración de la IA en la Experiencia de Aprendizaje*. [En línea]. <https://www.semanticscholar.org/paper/20720e47dd9802cab1-be855a860197c8a4995c14>

Smith, A. & Anderson, M. (4 de octubre de 2017). Automation in Everyday Life. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2017/10/04/automation-in-everyday-life/>

UDEP. (2023). Comunicadora aborda el impacto de la IA en la comunicación moderna. Dirección de Comunicación. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2023/11/comunicadora-aborda-el-impacto-de-la-ia-en-la-comunicacion-moderna/>

Zúñiga, F., Mora, D. & Molina, D. (2023). La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos marketing. *Vivat Academia*, 156, 19-39. <http://doi.org/10.15178/va.2023.e1474>