

Inteligencia artificial y la optimización de la comunicación interna

26 octubre, 2023RCP

Por **Dra. Alicia María Álvarez Álvarez**

En el año 1956 John McCarthy durante la Conferencia de Dartmouth acuña el término “inteligencia artificial». Aquel fue sin dudas un evento histórico que reunió a los mejores científicos de ese momento. Allí visualizaron la creación de máquinas que pudieran actuar como los seres humanos. Pero en la década de los 40, los matemáticos Norbert Wiener y John von Neumann, ya trabajaban en la teoría de los sistemas, la computación y la cibernética, ambos sentaron las bases para la I.A. Estos hechos marcarían el camino al presente.

Hoy en pleno siglo XXI, la inteligencia artificial ha cristalizado como una tecnología totalmente disruptiva. El acelerado desarrollo de sus modelos y aplicaciones representan para la sociedad contemporánea nuevas miradas y polémicos debates entorno a su uso en diferentes actividades sociales, empresariales, políticas y educativas, entre otras.

En el contexto de la Comunicación Corporativa y dentro de ella la Comunicación Interna la IA se está utilizando para la automatización de labores que antes requerían la mediación humana. Y ello impone un reto en la eficiencia de la gestión de la comunicación interna en las organizaciones, porque implica un cambio cultural relevante. Se entiende por comunicación interna aquella comunicación que se dirige al colaborador, empleado o cliente interno con el objetivo de mantenerlos informados, aglutinados y motivados entorno a la misión y visión de la organización.

En ese sentido la IA en el ámbito de la comunicación interna se está utilizando para personalizar los mensajes, lo cual demuestra que es adaptable a la necesidades comunicativas e individuales de los públicos internos, cuyo objetivo es optimizar la eficacia de la comunicación. En este sentido, se abre una visión de análisis importante, al monitorear los canales y flujos de comunicación, lo que implica un gran desafío, porque la presencia humana es determinante en la sostenibilidad de la cultura de la organización como forma de hacer y de ser.

Las organizaciones están utilizando chatbots basados en IA para perfeccionar la atención al cliente y disminuir así el tiempo de respuesta. Estos asistentes proporcionan información y respuestas a interrogantes frecuentes, lo que suministra a los empleados o colaboradores alcanzar rápidamente la información que necesitan.

A lo anterior se añade, los procesos de automatización de los mensajes de tarea, entre los que se destacan la clasificación de correos electrónicos y la identificación de temas relevantes

en conversaciones, producto de esa interacción humana, además de la gestión de las necesidades informativas de los públicos internos para evitar la saturación.

De manera que hoy se abre una nueva perspectiva de investigación, exploración y análisis del comportamiento de la comunicación interna en la gestión estratégica e inteligente de la comunicación integral en las organizaciones. El nuevo contexto mediado por la IA desencadena invariablemente en la apertura de nuevos modelos de comunicación que deberán ser también disruptivos. ¿Cuál será el futuro de la comunicación en las organizaciones? El futuro es impredecible, pero no olvidar la humanización social de los procesos comunicativos.

[Inteligencia artificial y la optimización de la comunicación interna \(redcomprofesionales.org\)](http://redcomprofesionales.org)