



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación
Convocatoria 2023/2024

Proyecto nº 430

Herramientas de Inteligencia Artificial para la docencia y el aprendizaje
en Comunicación: retos, posibilidades, netetiquetas

Responsable del Proyecto: Graciela Padilla

Centro: Ciencias de la Información
Departamento de Periodismo y Nuevos Medios

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

En la solicitud del Proyecto de Innovación Convocatoria 2023/2024, número 430, titulado Herramientas de Inteligencia Artificial para la docencia y el aprendizaje en Comunicación: retos, posibilidades, netetiquetas, los objetivos eran los siguientes:

- Conocer y explotar las posibilidades de la IA en estudios de Comunicación, desde una perspectiva ética, deontológica, creativa y de empoderamiento para la docencia y el aprendizaje en las aulas. Este objetivo resuelve los problemas sobre analfabetismo digital o desconocimiento de las inteligencias artificiales en sus vertientes más positivas. Responde a la necesidad de innovación en recursos educativos basados en competencias digitales.

- Analizar y criticar las posibilidades y peligros de la IA para educar a profesorado y alumnado en la búsqueda de las herramientas positivas que las inteligencias artificiales pueden brindarnos. Este objetivo resuelve los problemas de desconocimiento sobre las herramientas de IA que pueden ayudar a docentes y estudiantes. Responde a la necesidad de ahondar en los potenciales educativos, mejorando la eficacia y eficiencia de la educación, al proporcionar respuestas inmediatas, personalizar la enseñanza e incluso, detectar a los estudiantes que necesitan ayuda adicional.

- Enseñar y evaluar a partir del uso, en las aulas, de inteligencias artificiales digitales que conforman el proceso creativo completo de creación de textos y contenidos de comunicación. Con el uso de estas tecnologías, se resuelven los problemas de los estudiantes, que pueden expandir sus habilidades y creatividad al tener acceso a una variedad de ingredientes y elementos que pueden integrar en sus trabajos. También, una inteligencia artificial que genere frases o palabras clave podría ayudar a los estudiantes a superar bloqueos creativos, y una herramienta de gramática y corrección de ortografía podría ayudar a mejorar su escritura.

- Evaluar y debatir los retos éticos y deontológicos, desde la perspectiva de las netetiquetas, para avanzar en una alfabetización digital de los usuarios de redes sociales, que detecten el odio y la polarización y sepan cómo denunciarlo. Uno de los principales desafíos éticos y deontológicos que enfrentan los usuarios de redes sociales es la detección del odio y la polarización en línea. Esto puede manifestarse en comentarios ofensivos, acoso en línea y otros comportamientos que pueden dañar la reputación y la seguridad de los individuos. Además, es importante que las redes sociales tomen medidas para combatir el odio y la polarización en línea de manera efectiva. Esto puede incluir la eliminación de contenido ofensivo, la entrega de capacitación para los usuarios y la promoción de la tolerancia y el respeto mutuo. Es fundamental que los usuarios estén alfabetizados digitalmente para poder detectar estas situaciones y saber cómo denunciarlas.

- Crear, editar, publicar y compartir trabajos y piezas de contenidos digitales, donde los estudiantes hayan usado la IA en su vertiente ética positiva y con sus potencialidades creativas y profesionales. Este objetivo resuelve el problema habitual de espacios de Campus Virtual poco participativos, donde el docente solamente cuelga contenidos que no reciben atención ni curiosidad por parte de los estudiantes. Satisface la necesidad de los docentes de crear espacios participativos y útiles; y motiva a los estudiantes en su auto-aprendizaje y en sentirse parte activa de su formación.

- Formar al profesorado en el uso, perspectivas, herramientas y posibilidades de la IA, como parte de una posible digitalización de asignaturas (Teoría de la Información, Ética y Deontología, Comunicación e Información Política, Marketing, Opinión Pública). Este objetivo resuelve el problema habitual de las reticencias o resistencias a la actualización del profesorado en tecnologías digitales, sea por brecha de edad, formación o género. Satisface la necesidad de formación, actualización y reciclaje, para conocer nuevas metodologías de enseñanza y evaluación en el aula, y modular la enseñanza hacia un diálogo empático e igualitario con los estudiantes.

- Crear un espacio, dentro de las asignaturas citadas y otras que así lo deseen, donde el alumnado pueda aprender y perfeccionar su creación de contenidos digitales, como estudiante y como futuro comunicador. Este objetivo resuelve el problema de la falta de motivación del alumnado en asignaturas eminentemente teóricas y en la evaluación de las mismas asignaturas en un formato muy tradicional que no permita absorber y aprovechar los contenidos tras superar esa evaluación. Asimismo, satisface la necesidad del alumnado de ver la realidad que vive en sus estudios, en contenidos plenamente actualizados y realistas, que le permitan adquirir competencias reales para el mercado laboral, a corto y medio plazo.
- Empoderar al alumnado en un aprendizaje autónomo o auto-aprendizaje, donde sienta que su profesorado habla el mismo lenguaje, y pueda expresarse como se expresa con sus compañeros e iguales. Este objetivo resuelve el problema del pleno desarrollo de competencias en algunas asignaturas, donde no se percibe su valor profesional o social más allá del aprobado. Por otro lado, satisface la necesidad de motivación, empoderando a cada estudiante como partícipe directo de su aprendizaje y mejor desarrollo, con reconocimiento y co-participación de su profesorado o de sus compañeros.
- Reducir la desconfianza del profesorado y del alumnado en el uso de la IA, sobre todo a partir de las críticas negativas que no dejan de aparecer en medios. Este objetivo resuelve el problema del desconocimiento, de los bulos, de las reticencias personales, académicas o profesionales. Sin embargo, satisface la necesidad de conocimiento y la adquisición de competencias académicas y profesionales.
- Unir la enseñanza curricular universitaria con las redes sociales. Este objetivo resuelve el problema de ciertas percepciones del alumnado, sobre contenidos de enseñanza alejados de su realidad y de sus gustos en tiempos de ocio. Este problema establece una brecha entre la vida académica y la vida personal, haciendo que se pierda la motivación o la perspectiva sobre la importancia de los contenidos para la vida real, personal y profesional.
- Materializar los contenidos de las asignaturas citadas y de otras materias de Grado, Máster y Doctorado, construyendo un perfil digital de altísimo valor social, humano y cívico, que al mismo tiempo, sirva al alumnado como portfolio profesional a corto plazo, para obtener prácticas o trabajo en la comunicación digital. Este objetivo resuelve el problema de la ausencia de portfolio profesional de algunos estudiantes, que sienten que no pueden ofrecer nada al potencial empleador en entrevistas de selección. Satisface la necesidad de ofrecer una formación tangible, con ejemplos de trabajos reales y cuasi profesionales, que puedan ayudarles a destacar y diferenciarse en cualquier proceso de selección.
- Promocionar nuevas parcelas profesionales en el alumnado, con un perfil multidisciplinar, para trabajar en Comunicación, entendiendo todas las posibilidades de las inteligencias artificiales como vehículo integral de Comunicación. Este objetivo resuelve el problema habitual de desconocimiento de las salidas profesionales o la ansiedad de la salida al mercado laboral, con experiencia académica eminentemente teórica. Satisface la necesidad de formarse de manera práctica en varias áreas, conociendo distintas parcelas de las posibles tareas de la profesión, aumentando el abanico de posibilidades para encontrar prácticas o empleo.
- Unir el aprendizaje práctico, real y pragmático, con la formación de una Universidad más inclusiva, igualitaria y solidaria, donde no haya brecha digital y el alumnado acceda y cree contenidos solamente con un teléfono móvil y un acceso normal a Internet. Este objetivo resuelve los problemas de desigualdades económicas y desigualdad de conocimientos digitales. Satisface la necesidad de igualdad integral en formación, en evaluación y por ende, en empleabilidad.

2. Objetivos alcanzados

Por otro lado, se alcanzaron los siguientes objetivos:

- Conocer y explotar las posibilidades de la IA en estudios de Comunicación, desde una perspectiva ética, deontológica, creativa y de empoderamiento para la docencia y el aprendizaje en las aulas. Este objetivo se resolvió totalmente, integrando dichas herramientas y fomentando un entorno educativo más dinámico, inclusivo y responsable. Este proyecto se propuso investigar y aplicar las capacidades de la IA para enriquecer los estudios de los docentes del equipo participante, al mismo tiempo que se fomenta la creatividad y el empoderamiento de estudiantes y profesorado.

- Analizar y criticar las posibilidades y peligros de la IA para educar a profesorado y alumnado en la búsqueda de las herramientas positivas que las inteligencias artificiales pueden brindarnos. Este objetivo se cumplió porque docentes y estudiantes se han sentido capacitados para utilizar la IA de manera efectiva y ética, mejorando tanto la calidad de la enseñanza como el aprendizaje. Los proyectos creativos de los estudiantes han mostrado un aumento significativo en innovación y originalidad gracias a las herramientas de IA. Y se han establecido pautas claras para el uso de la IA en la educación en nuestras aulas, promoviendo la integridad y responsabilidad.

- Enseñar y evaluar a partir del uso, en las aulas, de inteligencias artificiales digitales que conforman el proceso creativo completo de creación de textos y contenidos de comunicación. Este objetivo también se ha cumplido, al identificar y seleccionar herramientas de IA adecuadas para la creación de textos y contenidos de comunicación; se han implementado dichas herramientas en la docencia y en la evaluación; se han compartido las experiencias, en común, comentando beneficios y contradicciones; se han diseñado proyectos y trabajos académicos y/o profesionales, donde los estudiantes utilizaron herramientas de IA; y los estudiantes han valorado sus avances y mejoras en creatividad y calidad de los contenidos a través de un comentario final en el campus virtual.

- Evaluar y debatir los retos éticos y deontológicos, desde la perspectiva de las netiquetas, para avanzar en una alfabetización digital de los usuarios de redes sociales, que detecten el odio y la polarización y sepan cómo denunciarlo. Uno de los principales desafíos éticos y deontológicos que enfrentan los usuarios de redes sociales es la detección del odio y la polarización en línea. Este objetivo también se ha cumplido porque se han organizado, en clase, debates y foros de discusión, donde profesorado y alumnado han abordado críticamente los retos éticos y deontológicos en el uso de redes sociales, como estudiantes y futuros comunicadores. También han aprendido y evaluado qué es el delito de odio en redes, y han aprendido e identificado herramientas y vías para perseguirlo y denunciarlo.

- Crear, editar, publicar y compartir trabajos y piezas de contenidos digitales, donde los estudiantes hayan usado la IA en su vertiente ética positiva y con sus potencialidades creativas y profesionales. Este objetivo se habría cumplido al diseñar proyectos donde los estudiantes utilizaron IA para crear contenidos digitales, enfocándose en prácticas éticas y responsables; publicaron y compartieron sus trabajos, en exposiciones grupales en clase, donde compartieron sus experiencias con sus compañeros; y los docentes del proyecto pudieron evaluar la creatividad y el profesionalismo demostrados por los estudiantes.

- Formar al profesorado en el uso, perspectivas, herramientas y posibilidades de la IA, como parte de una posible digitalización de asignaturas (Teoría de la Información, Ética y Deontología, Comunicación e Información Política, Marketing, Opinión Pública). Por presupuesto, no se pudo realizar un taller con experto y formar al profesorado en una sesión tangible y medible. No obstante, consideramos que la experiencia y el alto valor que los estudiantes han aportado a esta evaluación son una formación inestimable para el profesorado del proyecto.

- Crear un espacio, dentro de las asignaturas citadas y otras que así lo deseen, donde el alumnado pueda aprender y perfeccionar su creación de contenidos digitales, como estudiante y como futuro comunicador. No se estableció un espacio dedicado específicamente en el Campus Virtual para este propósito. A pesar de esta falta de un espacio dedicado en línea, se encontró una alternativa efectiva. Los trabajos creados por los estudiantes fueron presentados en exposiciones grupales, que se organizaron durante varias clases. Estas exposiciones proporcionaron un entorno colaborativo, donde el alumnado pudo mostrar sus proyectos, recibir retroalimentación de sus compañeros y del docente, y discutir los aspectos técnicos y creativos de sus trabajos.
- Empoderar al alumnado en un aprendizaje autónomo o auto-aprendizaje, donde sienta que su profesorado habla el mismo lenguaje, y pueda expresarse como se expresa con sus compañeros e iguales. Hemos logrado este objetivo, empoderando al alumnado mediante un enfoque centrado en el aprendizaje autónomo, donde cada estudiante siente que su proceso educativo es guiado por un profesorado, que comparte su mismo lenguaje y visión. Este enfoque ha fomentado la independencia y la responsabilidad en el aprendizaje, a la vez que ha creado un entorno donde expresarse libremente, de manera similar a como lo hacen con sus compañeros.
- Reducir la desconfianza del profesorado y del alumnado en el uso de la IA, sobre todo a partir de las críticas negativas que no dejan de aparecer en medios. Logramos esta meta eliminando esa desconfianza inicial, explicando de manera clara y accesible los conceptos fundamentales de la IA, sus aplicaciones positivas y los protocolos éticos involucrados en su uso. Esto permitió al profesorado y al alumnado comprender mejor cómo la IA puede mejorar los procesos educativos, desde la personalización del aprendizaje hasta la optimización de recursos didácticos. Además, las demostraciones prácticas y estudios de caso, que ilustraron cómo la IA puede ser utilizada de manera ética y responsable, ayudaron a disipar los temores infundados.
- Unir la enseñanza curricular universitaria con las redes sociales. Este objetivo resuelve el problema de ciertas percepciones del alumnado, sobre contenidos de enseñanza alejados de su realidad y de sus gustos en tiempos de ocio. Este logro ha sido fundamental para abordar ciertas percepciones entre el alumnado, quienes a menudo consideran que los contenidos de enseñanza están desconectados de su realidad y de sus intereses personales, especialmente durante su tiempo de ocio. Aprovechamos las redes sociales como herramientas educativas complementarias, para enriquecer el contenido curricular de los estudiantes, con perspectivas y ejemplos concretos, que han promovido una mayor conexión emocional con los temas académicos.
- Materializar los contenidos de las asignaturas citadas y de otras materias de Grado, Máster y Doctorado, construyendo un perfil digital de altísimo valor social, humano y cívico, que al mismo tiempo, sirva al alumnado como portfolio profesional a corto plazo, para obtener prácticas o trabajo en la comunicación digital. Este objetivo se ha logrado al integrar, en nuestras asignaturas, conocimientos académicos relevantes, con una narrativa profesional, que resalta las habilidades y logros del alumnado.
- Promocionar nuevas parcelas profesionales en el alumnado, con un perfil multidisciplinar, para trabajar en Comunicación. Nuestro enfoque ha sido identificar y desarrollar competencias clave, combinando conocimientos y habilidades de diversas disciplinas académicas relevantes para la Comunicación. Al integrar elementos de comunicación digital, marketing, análisis de datos, diseño gráfico y gestión de redes, hemos capacitado al alumnado para abordar los desafíos a corto y medio plazo.
- Unir el aprendizaje práctico, real y pragmático, con la formación de una Universidad más inclusiva, igualitaria y solidaria, donde no haya brecha digital y el alumnado acceda y cree contenidos solamente con un teléfono móvil y un acceso normal a Internet. Hemos logrado esta meta, al desarrollar evaluaciones innovadoras, basadas en la IA, que priorizan el acceso equitativo y la participación activa de todos los estudiantes, independientemente de sus recursos tecnológicos que posean.

3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología del proyecto ha comprendido los siguientes pasos:

Meses 1 y 2:

Tesoro y biblioteca virtual de informes, estadísticas, estudios e investigaciones sobre la IA y las netetiquetas en Comunicación.

La Biblioteca virtual sobre inteligencia artificial ha analizado:

AI Index: Proyecto desarrollado por el Instituto de Inteligencia Artificial de Stanford, que tiene como objetivo seguir el progreso de la investigación en inteligencia artificial y su impacto en la sociedad. En su sitio web, podemos encontrar informes y estudios relacionados con diferentes aspectos de la IA, como la ética, la seguridad y la privacidad, entre otros.

AI Now Institute: Se dedica a investigar el impacto de la inteligencia artificial en la sociedad y a desarrollar políticas y prácticas éticas y responsables. En su sitio web podemos encontrar informes y estudios sobre temas como la discriminación algorítmica, el uso de la IA en la atención médica y la política de regulación de la IA.

Google AI: Ha desarrollado una división de inteligencia artificial que se dedica a investigar y desarrollar soluciones basadas en la IA. En su sitio web, podemos encontrar informes y estudios sobre diferentes aplicaciones de la IA, como la detección de fraudes, la segmentación de audiencias y la evaluación de la calidad de los anuncios publicitarios.

Meses 3 y 4:

Cuestionarios cuantitativos de preguntas abiertas, realizados a jóvenes estudiantes de la UCM, de forma digital, para conocer sus usos y costumbres sobre el conocimiento, uso y consumo de IA, así como de su comportamiento en redes sociales.

Meses 5 y 6:

Exploración y reconocimiento de las herramientas principales de IA, que existen para la creación de contenidos en redes sociales: Lumen5, Hugging Face, Canva, CopyAI, Prismas, Jasper, Artssy, Runway, Fliki, Resemble, Capcut, Gradescope, Scribble Diffusion, Midjourney, Wombo, Crayon, Grammarly, Deepl entre otras. Todas tienen como objetivo facilitar la creación de contenido en las diferentes plataformas, ahorrando tiempo y reduciendo costos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas herramientas pueden ser una gran ayuda, pero nunca deben reemplazar el valor de la creatividad o la personalización al momento de crear contenido para las redes sociales.

Meses 7 y 8:

Redacción de una memoria final del proyecto. Este informe incluye las propuestas para compartir los resultados y las prospectivas, recogiendo las diversas presentaciones y publicaciones del proyecto en distintos foros educativos, así como la participación en jornadas y eventos de formación docente. Asimismo, se enumeran y evalúan los recursos e información sobre las actividades realizadas, para mantener sinergias y colaboraciones con otros docentes interesados en las metodologías utilizadas.

Meses 9, 10, 11 y 12:

Siguiendo la experiencia del proyecto anterior, se ha superado la difusión ya obtenida en proyectos anteriores, con ponencias en congresos internacionales y varios capítulos de libro, en editoriales de los primeros cuartiles del índice SPI-CSIC.

4. Recursos humanos

A continuación se reconocen los nombres y apellidos de los integrantes, que han participado activamente en este proyecto:

Profesorado:

Inés Arranz Rodríguez (Nebrija)
Asunción Bernárdez Rodal (UCM)
Tania Brandariz Portela (Nebrija)
Natividad Crespo Tejero (ESIC)
David del Pino Díaz (Nebrija)
Paula Díaz Altozano (Alfonso X El Sabio)
Diego Antonio Galán Casado (UNED)
Belén López Vázquez (ESIC)
Noemí Martín García (Universidad De Valladolid)
José Manuel Martín Herrero (UAX)
Laura Martínez Otón (Nebrija)
Luis Xabier Martínez Rolán (U. de Vigo)
Alberto Monroy Trujillo (UCM)
Ana Belén Oliver (Nebrija y UCJC)
Eglée Andreína Ortega Fernández (UCM y Nebrija)
Graciela Padilla Castillo (IP UCM)
Joan Pedro Carañana (UCM)
María Teresa Piñeiro Otero (U. A Coruña)
José Manuel Ponzoa (UCM)
Jonattan Rodríguez Hernández (UCM)
Alezeiya Sánchez Lizcano (UCM)
Ana Isabel Segovia Alonso (UCM)
Roxana Popelka Sosa Sánchez (UCM)
Enrique Vaquerizo Domínguez (UCM y Nebrija)
Ana Velasco Molpeceres (UCM)

Estudiantes de Doctorado, Máster y Grado:

Antonella Carpio Arias
Sima González Grimón
Gabriela Haiek
Armando Marín Ruiz
Isabel Muñoz Díaz
Geoconda Nohemí Pila Cárdenas
Katherine Reyes Padilla
Lúa Rodríguez Alegre
Laura Carolina Vitriago Valdivieso
Aysel Zeynalova

Profesionales y otros docentes:

Manuel Moreno
María del Carmen Yunta

5. Desarrollo de las actividades

El proyecto se ha materializado con las siguientes actividades y publicaciones:

PUBLICACIONES:

2024 (julio): Ortega-Fernández, E. y Rodríguez-Hernández, J. Capítulo “Sesgo en la Inteligencia Artificial y su impacto en el aprendizaje de estudiantes que utilizan ChatGPT”. En el libro *IA, educación y medios de comunicación: modelo TRIC*. Editorial Dykinson. ISBN: 978-84-1170-764-0. Editorial Q1 del índice SPI.

2024 (julio): Rodríguez-Hernández, J. y Ortega-Fernández, E. Capítulo “IA en la Sala de Redacción: Transformando el Futuro del Periodismo”. En el libro *IA, educación y medios de comunicación: modelo TRIC*. Editorial Dykinson. ISBN: 978-84-1177-047-7. Editorial Q1 del índice SPI.

2024 (julio): Rodríguez-Hernández, J. y Ortega-Fernández, E. Capítulo “Impacto del Bloqueo de los Medios de Comunicación al uso de la Inteligencia Artificial”. En el libro *Inteligencia organizacional, comunicación estratégica e influencia en la sociedad posdigital*. Editorial Dykinson. ISBN: 978-84-1170-919-4. Editorial Q1 del índice SPI.

2024 (junio): Padilla-Castillo, G.; Velasco-Molpeceres, A.; Rodríguez-Hernández, J. Capítulo “Desinformación y trazabilidad. Retos de los futuros comunicadores y herramientas de IA para afrontarlos”. En el libro *Periodismo y desinformación: manual de aplicación de técnicas digitales para la verificación de noticias en la docencia universitaria*. Editorial Fragua. ISBN: 788-41-2853-964. Páginas: 77-94. Editorial Q1 del índice SPI.

2024 (enero): Padilla, G.; Vaquerizo, E.; Rodríguez, J.; Ortega, E. Capítulo “Podcasting como elemento innovador y profesionalizante en la enseñanza y el aprendizaje universitarios del Periodismo y Publicidad”. En el libro *Prácticas educativas en Ciencias Sociales y Jurídicas*. Coordinado por Isabel Serrano y Ángela Moreno. Editorial Colex. ISBN: 978-84-1194-252-2. Páginas 167-185. Editorial Q1 del índice SPI.

CONGRESOS:

2024 (25 y 26 de abril): Padilla-Castillo, G.; Rodríguez-Hernández, J.; Ortega-Fernández, E.; Brandariz-Ortega, T. Asistencia y Ponencia “Herramientas de Inteligencia Artificial para la docencia y el aprendizaje en Comunicación: análisis de experiencia desde la perspectiva del estudiante”. VI Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática. Universidad del País Vasco, España. *Publicación en proceso de gestión de ISBN*.

2024 (15 de marzo): Padilla-Castillo, G. Ponencia por invitación “Retos y posibilidades de las redes sociales. Producción y recepción de imágenes y vídeos por parte de niñas y jóvenes”. Cierre de las *Jornadas Adolescencia en la era digital*. Vicerrectorado de Estudiantes y Extensión Universitaria, Universidad de La Rioja.

2023 (15 de diciembre): Padilla-Castillo, G. Ponencia invitada “Inteligencia Artificial (IA): deepfakes, y otros retos actuales para la desinformación y trazabilidad de la comunicación”. Universidad Fernando Pessoa Canarias. 1 hora.

2023 (29 y 30 de noviembre): Ortega-Fernández, E. y Rodríguez-Hernández. Asistencia y ponencia “Tendencias y desafíos en la implementación de IA en la Educación: sesgo y aprendizaje con ChatGPT”. Congreso Internacional Investigación en Comunicación e Información Digital. Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Universidad de Zaragoza y Gobierno de Aragón. 20 horas. Resumen de ponencias publicado por Egregius editorial, en el libro *Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital*. ISBN 978-84-1177-044-6.

2023 (29 y 30 de noviembre): Rodríguez-Hernández y Ortega-Fernández, E. Asistencia y ponencia “Revolución algorítmica: evaluando la capacidad de la IA en la generación de noticias periodísticas”. X Congreso Internacional Investigación en Comunicación e Información Digital. Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Universidad de Zaragoza y Gobierno de Aragón. 20 horas. Resumen de ponencias publicado por Egregius editorial, en el libro *Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital*. ISBN 978-84-1177-044-6.

2023 (29 y 30 de noviembre): Rodríguez-Hernández y Ortega-Fernández, E. X Congreso Internacional Investigación en Comunicación e Información Digital. Asistencia y ponencia “Desafíos y oportunidades de la IA en el Periodismo moderno”. Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Universidad de Zaragoza y Gobierno de Aragón. 20 horas. Resumen de ponencias publicado por Egregius editorial, en el libro *Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital*. ISBN 978-84-1177-044-6.

2023 (23 y 24 de noviembre): Reyes-Padilla, K. y Padilla-Castillo, G. Asistencia y ponencia “Netetiquetas en redes sociales como herramienta de igualdad. Mujeres, policías y personas”. Congreso Nodos del Conocimiento 2023: Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. Egregius, UNAM, U. Zaragoza, UNIR, U. Murcia, U. Málaga, UNC, U. Politécnica de Madrid.

2023 (23 y 24 de noviembre): Padilla-Castillo, G., Reyes-Padilla, K. y Muñoz Díaz, I. Asistencia y ponencia “Inteligencia Artificial como herramienta para visibilizar mujeres de la Historia”. Congreso Nodos del Conocimiento 2023: Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. Egregius, UNAM, U. Zaragoza, UNIR, U. Murcia, U. Málaga, UNC, U. Politécnica de Madrid.