

Convergencias entre mediatización profunda, ecología mediática e inteligencia artificial generativa: implicaciones del uso de las tecnologías con fines promocionales

Sección: Artículo

Recibido: 27/04/2026

Aceptado: 15/06/2026

DOI: 0.46530/virtualis.v18i31.494

Convergences between Deep Mediatization, Media Ecology and Generative Artificial Intelligence: Ethical Implications of the Use of Technologies for Promotional Purposes

Claudia Benassini Félix

Universidad La Salle Ciudad de México

ORCID: 0000-0002-7063-3749

correo: claudia.benassini@lasalle.mx

Resumen. Este artículo tiene un doble objetivo: primero, mostrar las alternativas abiertas a la construcción de conocimiento por las convergencias entre mediatización profunda, ecología mediática e inteligencia artificial generativa, para contribuir a la comprensión de la complejidad creciente producto de una sociedad cada vez más tecnologizada, mediatizada y dataficada, sus consecuencias en la generación de ambientes mediáticos y en las dinámicas de interacción interpersonal, mediatizada y tecnologizada; segundo, analizar estas convergencias mediante el análisis de un tuit generado por el equipo de comunicación de Yazmín Esquivel, Magistrada de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en México, desde la óptica de su propagación a través de redes sociodigitales y del análisis crítico del discurso multimodal. Tanto la construcción teórica como los hallazgos se orientan hacia la necesidad de incluir la relación hombre-máquina en los procesos de mediatización y a profundizar en los mecanismos de sociabilidad digital como alternativa para acercarse a la compleja producción de imágenes recurriendo a asistente virtuales.

Palabras clave: convergencia, mediatización profunda, ecología mediática, inteligencia

Abstract. This article has a dual objective. The first is to demonstrate the alternatives open to knowledge construction through the convergence of deep mediatization, media ecology, and generative artificial intelligence, in order to contribute to understanding the growing complexity resulting from an increasingly technologized, mediated, and datafied society, and its consequences for the generation of media environments and the dynamics of mediated and technologized interpersonal interaction. The second objective is to illustrate this convergence through the analysis of a tweet generated by the communications team of Yazmín Esquivel, Magistrate of the Mexican Supreme Court of Justice from the perspective of its propagation through social media networks and the critical analysis of multimodal discourse. The findings reveal avenues for contributing to knowledge construction based on the selected convergences, as well as the ethical implications of the Justice's use of generative artificial intelligence for promotional purposes.

Keywords: convergence, deep mediatization, media ecology, generative

artificial generativa, análisis crítico del discurso multimodal, redes sociodigitales.

artificial intelligence, critical analysis of multimodal discourse, social media networks.

Introducción

El sábado 9 de agosto de 2025, día de los Pueblos Indígenas, el equipo de comunicación de Yazmín Esquivel, magistrada de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en México, subió a la red social X un tuit alusivo a la fecha, acompañado de una imagen en la que se le ve rodeada de un grupo de mujeres indígenas. Siete semanas después, en el marco del Día Internacional de la Mujer Indígena, apareció nuevamente la magistrada Esquivel en X, esta vez rodeada de ocho mujeres indígenas. Ambos textos destacan su compromiso con las causas, la identidad, la fuerza y el respeto a los derechos indígenas. El asunto no tendría nada de particular, salvo que las imágenes fueron generadas con inteligencia artificial, y que la comunidad de X-Twitter se percató del hecho. Con mayor énfasis en el segundo caso que en el primero, los comentarios destacaban errores en los contornos de las orejas, las manos mal formadas y una de ellas con seis dedos, así como en la fallida expresión de la mirada. Todo indica que el o los creadores de ambas imágenes no se percataron de los errores o, peor aún, si lo hicieron apostaron a que nadie se daría cuenta.

Este es el contexto en el que se ubica este artículo, que tiene un doble objetivo: primero, construir un marco teórico vinculando la mediatización profunda, la ecología mediática y la inteligencia artificial generativa, como una vía para contribuir a la explicación de fenómenos comunicacionales complejos; segundo, realizar un análisis crítico del discurso multimodal del tuit subido por el equipo de Esquivel, vinculado al análisis del comportamiento de la red social X-Twitter durante el ciclo de circulación de la segunda imagen,¹ desde la convergencia mediatización profunda, ecología mediática e inteligencia artificial generativa. Para lograr estos objetivos el artículo se divide en cuatro partes: (1) la construcción teórica mediatización profunda, (2) ecología mediática e inteligencia artificial generativa; (3) la metodología, consistente en el análisis de la imagen desde la convergencia entre los tres entornos; presentación y análisis de resultados preliminares, y (4) conclusiones, que contrastan la construcción teórica y ofrecen alternativas para continuar con la propuesta. Cabe precisar que, aunque existe abundante literatura sobre las tres categorías, pocos

¹ La primera imagen tuvo menos repercusión que la colocada el 25 de septiembre; sin embargo, la primera fue considerada como parte del análisis por tratarse del punto de partida de la generación de imágenes con inteligencia artificial. Se anexa a este artículo porque forma parte de la estrategia comunicativa de Esquivel.

trabajos los articulan sistemáticamente (por ejemplo, Bolin, 2024; Hepp, Bolin, Guzmán y Loosen, 2024; Nim, 2025; Laba, 2025) para explicar fenómenos comunicacionales concretos ligados al uso promocional de la inteligencia artificial generativa. Este artículo busca contribuir en esta línea.

Marco teórico

Mediatización profunda

Entendemos por *mediatización* el proceso por el cual la cultura y la sociedad están permeadas por los medios a tal grado que ya no pueden concebirse separados de las instituciones sociales y culturales.² La interacción social en estas instituciones ocurre vía los medios de comunicación, dando lugar a un cambio sociocultural (Hjarvard, 2013; Deuze, 2023). Lo que cambia en el tiempo es el conjunto de medios de comunicación accesibles y su papel —o el de sus interrelaciones— para moldear el mundo social. Estos cambios se traducen en tres *olas* que a lo largo de 350 años han generado cambios dramáticos mediante la incorporación de medios tecnológicos de comunicación a las prácticas de la vida cotidiana: ola mecánica, entre finales del siglo XVIII y finales del XIX; ola electrónica, entre finales del siglo XIX y finales del XX; y ola digital, desde 1970 a la fecha. Esta última con una mayor profundización en conectividad e infraestructuras y la consecuente profundización de la interdependencia basada en la tecnología (Couldry y Hepp, 2017).

La *mediatización profunda* corresponde a la ola digital; se caracteriza por la intensificación de las interrelaciones mediáticas que las involucran: computadora, Internet y telefonía móvil. En esta etapa todos los elementos de nuestro mundo social están relacionados con los medios digitales y sus infraestructuras subyacentes, estimulando la tendencia hacia la creciente dataficación. Debido a la automatización vía la presencia de algoritmos, los medios basados en software se moldean en una amplia gama de dispositivos digitales que amplifican sus capacidades comunicativas, además de ser medios generadores de datos³ (Couldry y Hepp, 2017; Jansson, 2018; Hepp, 2020).

² Couldry y Hepp (2021, p. 21) precisan las diferencias entre mediación y mediatización. La primera se refiere a un momento fundamental en el desarrollo de la comunicación como interacción simbólica; es decir, su paso a través de infraestructuras de transmisión y distribución de base tecnológica en el proceso de construcción de significados. La mediatización se refiere más específicamente al papel de los medios particulares en los procesos emergentes de cambio sociocultural; es decir, es una categoría para describir el cambio. En consecuencia, *la mediatización se refiere a cómo las consecuencias globales de múltiples procesos de mediación han cambiado con la aparición de distintos tipos de medios* (Couldry y Hepp, 2021, p. 21).

³ Estos datos se utilizan como fuente de varias formas de procesamiento automatizado que se ha vuelto parte fundamental de la construcción de nuestro mundo social (Hepp, 2020, p. 11).

Siguiendo a Hepp (2020), en el análisis de la construcción de la realidad desde la mediatización profunda, datos y algoritmos desempeñan un importante papel. Sin embargo, es fundamental partir de la construcción de significados producto de las prácticas realizadas por los diversos actores, así como de su entrelazamiento con los medios digitales y sus infraestructuras. En consecuencia, continúa Hepp, la perspectiva de los actores involucrados es la que mejor refleja la mediatización profunda como un meta proceso con su propia dinámica, arraigada en las prácticas humanas, incluida la construcción de sentido. Esta será la perspectiva adoptada en este artículo, que pretende mostrar la intersección de tecnologías, infraestructuras y seres humanos, la plataforma X y sus usuarios, la magistrada Esquivel y su equipo de comunicación. Todos actores del proceso que coinciden en la creación del tuit generado con inteligencia artificial.

Ecología mediática

En 1964 Marshall McLuhan advirtió cómo los seres humanos no somos conscientes del ambiente en que convivimos hasta que ese ambiente, vía la tecnología, se vuelve el contenido de un nuevo ambiente, modificando las reglas establecidas, nuestra percepción del mundo, la forma en que interactuamos y la perspectiva de las organizaciones sociales. Cuatro años más tarde, retomando las ideas de McLuhan, Neil Postman definió la Ecología Mediática como las consecuencias culturales del cambio mediático: cómo afectan los medios nuestras formas de organización social, nuestros hábitos cognitivos y nuestras ideas políticas (McLuhan, 2003, p. 53; Postman, 1970, p. 161; Postman, 1992, p. 12; Strate, 2017, p. 5).

En este contexto Lev Manovich, retomando las ideas mcluhianas sobre los ambientes, se refiere a los medios de comunicación como las aplicaciones software que permiten la creación, modificación y edición de datos organizados en estructuras específicas (Manovich, 2013, p. 14). Es decir, las aplicaciones como extensiones de los medios con la consecuente redistribución de los roles que desempeñaban previamente: nuevos ambientes producto de la combinación entre estructuras de datos y conjuntos de algoritmos que ofrecen al usuario ciertos tipos de contenidos que pueden crearse y las operaciones necesarias para modelarlos y modificarlos (Manovich, 2013, p. 142).

Como McLuhan, Manovich advierte que ninguna aplicación de software en la *era de las redes sociales* funciona de forma aislada: forman parte de un ecosistema más amplio⁴ que hace posible su funcionamiento. Esta ecología necesita tomarse en cuenta en cualquier discusión sobre redes sociales, así como el software de acceso a la producción y desarrollo de contenidos (Manovich, 2013, p. 225).

Como puede observarse, la definición de medios de comunicación proporcionada por Manovich está ligada a los creadores, en compatibilidad con la propuesta de mediatización profunda, arraigada en las prácticas humanas, cuyo pilar tecnológico se basa en la *construcción* de medios digitales e infraestructuras (Hepp, 2020, p. 20). En un sentido muy similar a la concepción mcluhiana de medios de comunicación y sus interacciones, retomada por Manovich, Nick Couldry y Andreas Hepp se refieren al “multiverso mediático: un gran universo de medios digitales, a través del que en diversas configuraciones actualizamos las redes sociales, como una forma de capturar las múltiples relaciones con el entorno mediático general, que caracterizan la vida cotidiana en tiempos de mediatización profunda” (Hepp, 2020, p. 49).

Esta semejanza entre aplicaciones software y multiverso mediático permite establecer un vínculo entre la mediatización profunda y la ecología mediática y, desde esta perspectiva, concentrarnos en X-Twitter como medio de comunicación integrante de dos ecosistemas: mediático y conectividad de las plataformas. Es decir, de acuerdo con André Jansson (2018), la disponibilidad socio-tecnológica que posibilita la conexión de contenido entre X-Twitter y otras plataformas sociodigitales.

Cabe tener presente que la característica cualitativa más importante de la mediatización profunda es que, a consecuencia de la propagación de medios técnicos, se generan diferencias importantes en la construcción de la realidad social (Hepp, Breiter y Hasebrink, 2018, p. 26; Janson, 2018). Esta perspectiva permite un acercamiento a la forma en que, desde el 21 de marzo de 2006, la red social de microblogging X-Twitter inició sus pasos hacia una transformación de la comunicación. Desde el reto de enviar mensajes con un máximo de 140 caracteres, hasta llegar al doble y a la emisión de hilos comunicativos que generan cadenas de

⁴ “incluye motores de búsqueda, motores de recomendación, sistemas de blogs y otras tecnologías web; dispositivos electrónicos de consumo económicos para capturar y acceder a contenido multimedia (cámaras digitales, teléfonos móviles, reproductores de música, reproductores de vídeo, marcos de fotos digitales, televisores con conexión a internet) y tecnologías que permiten la transferencia de contenido multimedia entre dispositivos, personas y la web (dispositivos de almacenamiento, tecnologías inalámbricas como wifi y Wi-Fi, y estándares de comunicación como USB y 4G). Sin esta ecología la mayoría de los servicios web y aplicaciones móviles no serían posibles” (Manovich, 2013, p. 224-225).

comunicación entre los usuarios, pasando por la adopción del botón *retuit*, que dio un importante giro a la viralidad y al uso de *hashtags*. Actualmente, X-Twitter está conformado por usuarios productores organizados en una comunidad pionera que se relaciona con los medios y la tecnología. Su agencia se basa en patrones compartidos de percepción, evaluación e imaginación expresados mediante sus interacciones, que también contribuyen a la construcción de su identidad (Hepp, 2020, p. 49; Khan, 2025, p. 10; Murthy, 2018, p. 43).

Inteligencia artificial generativa

Katalin Feher (2025, p. 26) parte de la cuarta ola de la inteligencia artificial generativa, capaz de generar contenido sintético con impacto sustancial, que transforma la cognición humana, la producción de conocimiento, la creatividad, las narrativas y las capacidades predictivas. Su fusión de resultados humanos y de máquinas plantea preguntas críticas sobre la acción humana y la fragilidad de la verdad y los hechos, enfatizando la necesidad de marcos para abordar las implicaciones sociales. Para fines de este artículo se realizó una revisión teórica que supone una actualización del concepto de mediatización, que implica incorporar la relación hombre máquina, seguida de la mirada de la relación entre inteligencia artificial generativa y los procesos de creación.

Durante los últimos cinco años han surgido voces a favor de la actualización del concepto de mediatización para incluir las lecciones aprendidas de la comunicación hombre-máquina en los procesos de creatividad, así como la necesidad de distinguir entre contenido humano y contenido generado por una máquina. Se buscan nuevas orientaciones de la investigación más allá de los enfoques institucionales y constructivistas que caracterizaron al concepto desde sus orígenes (Kamanskaya, 2026; Bolin, 2024; Natale y Depounti, 2024; Hepp y Couldry, 2023; Berry, 2025 entre otros). De acuerdo con Goran Bolin, las formas en que las sociedades se han mediatizado dependen de las tecnologías de comunicación que tienen a su disposición y de los usos que les han dado. En este sentido, la tarea de la investigación sobre la mediatización no consiste en analizar si hemos sido mediatizados, sino cómo hemos sido mediatizados (Bolin, 2024, p. 70). En consecuencia, este trabajo pretende contribuir al análisis sobre el papel de la inteligencia artificial generativa en los procesos de mediatización de la sociedad mexicana.

Desde esta perspectiva, Natale y Debounti (2026) proponen el concepto de sociabilidad artificial, para describir las tecnologías y prácticas que construyen una apariencia de sociabilidad en las máquinas. Se trata de un recurso cada vez más frecuente en la

inteligencia artificial tanto generativa como comunicativa, Es útil para preparar la aparición de entornos donde las interacciones sociales se integran a las estructuras mediadas, además de apoyar a los desarrolladores de software de inteligencia artificial, cuyos mensajes —textuales o sonoros— cuya recepción sea socialmente más significativa (Natale y Depounti, 2024, p. 84-85). En el contexto de este trabajo resulta de utilidad mirar la relación hombre-máquina en la producción de imágenes como un proceso más complejo que va más allá de la redacción adecuada de un *prompt*. David Berry añade la importancia de distinguir entre contenido humano y contenido generado por máquinas que, a mediano plazo, podría conducir a la transformación de la conciencia misma bajo condiciones algorítmicas (Berry, 2025, p. 5262).

De lo anterior se desprende la importancia de añadir al concepto de mediatización la relación humano-máquina, soslayada por McLuhan en varios de sus ensayos, y por Norbert Wiener, uno de los pioneros en el campo. Las diferencias entre visión artificial y visión humana son fundamentales en los procesos de mediación de la memoria colectiva. Estas aportaciones serán el punto de partida para la construcción de los siguientes apartados, a propósito de la representación de las imágenes generadas por inteligencia artificial para, de acuerdo con Natalia Laba (2025), producir imágenes con fines personales, profesionales políticos e ideológicos, donde se difuminan los límites entre la acción humana y la artificial.

Metodología

Como ya se especificó en la introducción, este trabajo pretende analizar un tuit generado por el equipo de comunicación de la magistrada Yazmín Esquivel con motivo del Día de la Mujer Indígena. Para ello se formularon dos preguntas de investigación: ¿cómo fue el comportamiento del tuit en las redes sociodigitales?, y ¿cuál es el impacto visual del tuit generado por el equipo de la Magistrada Esquivel?

Para la primera pregunta se recopilamos los tuits generados entre el 25 y el 27 de agosto en la red social X y su propagación en Facebook, Instagram y Tik Tok. Para medir el impacto, los tuits y —dado el corto tiempo de su presencia en redes— se realizó un análisis simple para el que se cruzaron las variables origen, comentarios, tendencias de los comentarios y comportamiento de los hashtags, así como una lectura crítica de los contenidos. El viernes 25 de septiembre el tuit se propagó de acuerdo con el siguiente diagrama:

Figura 1

Tuit de Yasmín Esquivel publicado el viernes 25 de septiembre. Diagrama de propagación de capas elaborado con apoyo de ChatGPT con instrucciones de la investigadora



Al ser retirado el tuit de X disminuyeron las reacciones que apenas comenzaban a generarse. El diagrama es de utilidad para ver la propagación del mensaje a través de X, luego a otras redes sociales y medios de comunicación para, de manera casi simultánea, pasar a otros ámbitos de la cultura digital. El debate se sintetiza en las siguientes dos tablas que fueron elaboradas con apoyo del asistente virtual Grok. La tabla 1 resume el seguimiento de las cuentas que detonaron el caso, con los comentarios y las interacciones.

Tabla 1

Cuentas de X detonadoras del caso Yasmín Esquivel

Usuario ⁵	Comentario	Interacciones
@1 6 de septiembre	La ministra de la SCJN @yasminessquivel no fue capaz de tomarse una foto con mujeres indígenas reales y utilizó mujeres indígenas generadas con IA para conmemorar el día de la mujer indígena. Ver a los pueblos originarios como accesorios. Incluye cuatro fotos con detalles.	6 312 likes, 2 038 reposts, 114 citas, 426 respuestas, 183 marcadores, 140 961 vistas.
@2 6 de septiembre	La ministra Yasmín Esquivel se tomó fotos con mujeres blancas disfrazadas con trajes típicos hoy en casa Chiapas en CDMX, pero para tomarse fotos con mujeres indígenas necesitó usar inteligencia artificial. La nueva corte y el doble discurso	34 mil vistas, 32 marcadores, 1 900 likes, 66 respuestas, 765 reposts.
@3 6 de septiembre	La ministra @YasminEsquivel se compromete con la mujer indígena. Pero NO lo suficiente para tomarse una foto con ella. Usó IA para hacer esta imagen ¡QUÉ VERGÜENZA! Hasta para valer madre, valen madre.	24 200 vistas, 17 marcadores, 1 700 likes, 128 respuestas, 729 reposts
@4 7 de septiembre También subida a Instagram	La ministra Yasmín Esquivel quiso “honrar” a las mujeres indígenas... ¿y cómo lo hizo? Con una foto generada por inteligencia artificial. Ni siquiera se tomó la molestia de convivir con mujeres reales, prefirió rodearse de indígenas falsas con seis dedos y orejas raras. Un símbolo perfecto de lo que representa la 4T, puro simulacro, pura apariencia, nada de fondo. Así es como usan a los pueblos originarios, como un accesorio digital para presumir en redes.	22 600 visitas, 95 marcadores, 1 700 likes, 32 respuestas, 691 reposts
@5	En vez del Día Internacional de la Mujer Indígena terminó siendo el día de Yasmín, ella al centro y las mujeres indígenas al fondo. Sin duda, reforzó visualmente el respeto a la dignidad y a la fuerza de ellas.	5 900 visitas, 216 likes, 19 respuestas, 81 reposts

Fuente: asistente virtual Grok con indicaciones de la investigadora.

⁵ Los nombres de los usuarios de las cuentas de X fueron retirados para efectos de protección de la imagen.

La tabla 2 resume el recorrido del tuit por las redes sociales; incluye su resignificación por parte de los usuarios y un espacio destinado a la lectura crítica, producto de la síntesis de los comentarios:

Tabla 2 <i>Seguimiento del tuit de Yasmín Esquivel (25 de septiembre) en redes sociales</i>				
Plataforma	Interacciones destacadas	Hashtag/ Narrativas	Claves de circulación	Lectura crítica
TikTok	@1, 1 269 likes, 70 comentarios	Memes irónicos sobre indígenas con seis dedos	Alta interacción visual y emocional. Viralidad por formato breve	Reacción espontánea humorística: evidencia alfabetización básica (detectar errores de IA).
Instagram	@2 4 173 likes, 1 350 comentarios @derechairsmx 160 likes, 23 comentarios.	#IndigenismoDeIA, críticas irónicas.	Debate intenso en comentarios, resignificación irónica.	Usuarios identifican manipulación y ridiculizan la representación institucional.
Facebook	@3: 46 likes, 9 comentarios, 2 compartidos	Comparación con el plagio de tesis	Bajo alcance pero eco comunitario	Los usuarios interpretan la imagen en clave política (historial de Esquivel)
X (Twitter)	@4 1 900 likes, 66 comentarios, 760 compartidos	#PlagioConIA #SimulacionMorena #IndígenasDeIA reactivación del Día de la Mujer Indígena	Viralidad política, discusión intensa en replies y quotes	Ejercicio avanzado de alfabetización: usuarios vinculan la imagen con prácticas de simulación política.
<i>Fuente:</i> ChatGPT con datos obtenidos del asistente virtual Grok, ambos con indicaciones de la investigadora.				

Los datos mostrados en las tablas ilustran la propagación del tuit a través de las redes sociales. En términos de ecología mediática, puede observarse la forma en que los usuarios de cada plataforma resignifican el tuit, en función de su respectivo ambiente. El resultado de las interacciones muestra que los usuarios de X generaron el mayor número de comentarios, en su mayoría negativos, tanto por la estrategia fallida como por la doble connotación del plagio, ligada a la manera en que la Magistrada Esquivel llegó a la Corte.⁶ La interacción en TikTok y X evidencia también el tipo de viralidad desatada en cada red: sentimientos, la primera; descalificación, la segunda.

Asimismo, la información contenida en cada componente de la tabla 2 da cuenta de las estrategias de visibilidad en cada plataforma, así como del uso de hashtags. La resignificación por parte de ilustra la recontextualización del contenido: ya no se trata de un homenaje a la mujer indígena, sino de una simulación política. La última resume el nivel de alfabetización de los usuarios, mostrando las resignificaciones del tuit y las reacciones predominantes en cada red. En este sentido, los datos arrojados por el asistente virtual Grok resumen la distribución de comentarios en redes: 85 por ciento negativos y el 15 por ciento restante son de burla e ironía, como lo muestra la tabla 3.

Tabla 3 <i>Distribución de comentarios en redes sociales sobre el tuit de Yasmín Esquivel</i>	
Comentarios negativos (85%)	Comentarios de burla/ironía (15%)
Señalamientos de <i>tokenismo</i> político (uso de indígenas como decoración).	Memes sobre los dedos extra y las orejas deformes.
Crítica a la falsedad de la imagen (foto <i>fake</i> hecha con inteligencia artificial).	Frases satíricas como “hasta para valer madre, valen madre”
Referencias al plagio de tesis como metáfora de simulación en la trayectoria de la ministra.	Ediciones humorísticas circulando en TikTok e Instagram
<i>Fuente:</i> ChatGPT con datos obtenidos del asistente virtual Grok, ambos con indicaciones de la investigadora.	

⁶ A principios de 2019 Yasmín Esquivel ingresó como magistrada a la Suprema Corte de Justicia con el apoyo del entonces presidente Andrés Manuel López Obrador. Cuatro años más tarde fue acusada de plagiar su tesis de licenciatura. El debate, que duró varios meses, formó parte de las agendas informativas y de opinión de medios de comunicación impresos, audiovisuales y digitales, así como de las redes sociales, especialmente X, en donde el *caso Esquivel* permanece en la memoria colectiva de los usuarios. Los argumentos entonces esgrimidos en su contra formaron parte de la diatriba por el uso de la inteligencia artificial para generar la imagen de la ministra con las mujeres indígenas.

Como puede observarse, la información contenida en las tablas contextualiza en tuit de Esquivel en la mediatización profunda, al mostrar el grado en que las prácticas se entrelazan con los medios digitales y sus infraestructuras. La perspectiva del autor-productor, comentada desde el principio, muestra al actor supra individual que emerge de las interacciones mediatizadas, detonando contenido en X y trasladándolo a otras redes sociales (Hepp, 2020, p. 16). La construcción de sentido, inherente a la mediatización profunda y a la ecología mediática, se presenta en el siguiente apartado, que analiza el tuit desde la óptica del análisis crítico del discurso multimodal.

Análisis de la imagen

Siguiendo con la perspectiva del actor seleccionada para este artículo, el objetivo del análisis parte de la consideración de Hepp (2020, p. 16), sobre la importancia de no perder de vista la construcción de sentido en tiempos de mediatización profunda, ni la parte simbólica del proceso, y acercarse a los procesos de interacción hombre-máquina en los procesos de generación de imágenes. El seguimiento efectuado en el apartado previo mostró la agencia del actor supra individual que habita en las redes sociales; esta vertiente considera a los actores-productores del tuit, en tanto actores corporativos responsables de las estrategias de comunicación de Yasmín Esquivel. Asimismo, recuperando el pensamiento de McLuhan, por vía de la tecnología las imágenes se vuelven contenido de un nuevo ambiente, modificando la forma en que interactuamos. Este argumento da continuidad a los desarrollados en el apartado previo con respecto al comportamiento del tuit y a las aplicaciones, como X, en el nuevo ecosistema mediático.

La metodología seleccionada fue el análisis de discurso multimodal (Van Leeuwen, 2008; Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016; Kress, 2010), que parte de la semiótica social: el supuesto más importante es que los mensajes se construyen en acciones e interacciones sociales utilizando los *recursos semióticos* disponibles, que cumplen funciones determinadas en un determinado grupo social. La perspectiva recomienda contextualizar la imagen en un mundo social semiótico, que es y ha sido tratado como completamente multimodal. Asimismo, la multimodalidad parte de las formas variadas en que nos comunicamos, así como de los caminos y los recursos semióticos utilizados en la construcción de significados. Estos últimos ofrecen múltiples opciones para este proceso; para que funcionen como modos deben dar cuenta de lo que pasa en el mundo social de sus usuarios. Si queremos estudiar el significado, es necesario atender los recursos semióticos utilizados en el proceso de su construcción (Kress y Van Leeuwen, 2021; Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016).

En este contexto, la semiótica social parte de la premisa de que los significados se construyen en la acción y la interacción social, usando recursos semióticos socialmente elaborados. La categoría ‘modo’ se conserva junto a los principios de uso modal en composiciones denominadas *complejos multimodales*. En consecuencia, el modo es central para la construcción de significados y la multimodalidad destaca que utilizamos muchos modos para construir significados (Kress y Van Leeuwen, 2021; Jewitt, Bezemer y O’Halloran, 2016). Asimismo, recuperando las aportaciones del lingüista británico Michael Halliday, Kress y Van Leeuwen (2021) sostienen que el lenguaje consta de tres metafunciones comunicativas, que deben cumplirse por todos los modos específicos:

1. Función ideacional: da lugar a la construcción de representaciones de la realidad mediante significados lógicos y experienciales.
2. Función interpersonal: Los modos semióticos deben poder integrar las representaciones de la realidad en interacciones sociales mediadas que implican relaciones sociales específicas, en nuestro caso entre el creador del signo, el intérprete del signo y las personas, lugares y cosas representadas.
3. Función textual: cualquier modo semiótico debe ser capaz de formar textos, complejos de signos que son coherentes tanto internamente: entre sí como externamente con el contexto en y para el cual fueron producidos.

Al análisis de las funciones presentes en las imágenes de la ministra Esquivel añadimos el concepto de *recontextualización*. Theo Van Leeuwen (2008, p. 5-6) lo recupera del pedagogo británico Basil Bernstein y lo define como *el proceso de trasladar un discurso de un contexto a otro, lo cual implica una transformación o una reinterpretación de su significado original*.⁷ El autor conecta el concepto de recontextualización con la definición foucaltiana de discurso como ‘cogniciones sociales’ del ‘conocimiento de una práctica construida socialmente’, desarrollada en contextos sociales específicos y de maneras apropiadas a estos conceptos (Van Leeuwen, 2008, p. 6).

Para poner el análisis en contexto hicimos un recorrido por los perfiles que el equipo de la ministra Esquivel tiene abiertos en X, Facebook e Instagram. Igual que

⁷ Van Leeuwen recupera el concepto considerando que “en el paso del contexto en que se produce el conocimiento al contexto pedagógico en que se reproduce y difunde, se producen cambios semánticos de acuerdo con principios recontextualizadores que efectivamente se apropian, reubican, reenfochan y relacionan con otros discursos para constituir su propio orden y ordenamiento” (Van Leeuwen, 2008, p. VI). Van Leeuwen vincula los principios de recontextualización de Bernstein a las prácticas sociales: actores y sus roles e identidades, acciones y otros eventos de representación, entornos y tiempos (Ídem.).

funcionarios públicos, miembros de la clase política y magistrados de la Corte, la estrategia comunicativa se reduce a la *reproducción de los mismos contenidos en diferentes plataformas*. Es decir, no distinguen las características, lenguaje y potencialidades comunicativas de cada red social y publican lo mismo en todas. Una estrategia que rebasa los objetivos de este artículo y es un mal uso de las plataformas, en ese caso para fines proselitistas. Entrando en detalle, el uso del color morado — símbolo de las luchas feministas— en su ropa o fondos de pantalla, la contrastación del verde y su firma en la parte inferior de las imágenes constituyen elementos fijos de la estrategia comunicativa, a la vez que permiten contextualizar las imágenes en el espacio en el que se ubicarían.

A la metodología se incorporan las transformaciones derivadas de la recontextualización (Van Leeuwen, 2008, p. 16-21):

- La transformación más importante es el uso de elementos semióticos para sustituir elementos de la práctica social, es decir, la *sustitución*.
- La *supresión* de los elementos de la práctica social, como nombres de actores, porciones del discurso, acontecimientos importantes, etcétera.
- En la medida en que tienen un orden necesario, los elementos de la práctica social pueden ser *reordenados*. Las nuevas disposiciones son motivadas por los intereses de la práctica recontextualizadora para adaptarse a fines persuasivos y de exhortación que los constituyen como práctica social.
- Las representaciones de las prácticas sociales añaden legitimaciones; es decir, razones por las cuales la totalidad de una práctica social, o bien una parte de ella debe tener lugar de la manera en que lo hace.

Desde la perspectiva del análisis, las imágenes de la ministra Esquivel fueron objeto de una *triple recontextualización*. Primera, de una práctica propagandística que data de muchos años atrás, no solamente en México, sino en otros países latinoamericanos. Esposas de candidatos a puestos de elección o ya en funciones, así como funcionarias de distintos niveles se toman fotografías con mujeres indígenas para mostrar su cercanía con los pueblos originarios y su eventual apoyo a sus causas. Este tipo de imágenes han circulado tanto en periódicos y revistas, pero también en numerosos libros con diversas temáticas, así como en documentales realizados para cine y televisión. Segunda, la recontextualización se lleva a cabo mediante la sustitución de las mujeres indígenas por imágenes generadas con inteligencia artificial. Tercera, las imágenes de la estrategia comunicativa desarrollada por el equipo de Esquivel se descontextualizan de estos objetivos y se recontextualizan nuevamente en las líneas de tiempo de los seguidores, en este caso de X. El impacto visual es diferente y el

resultado visualizado por los creadores adquiere matices personalizados según los perfiles del usuario, dando lugar a múltiples e inesperados medios de comunicación.

La recontextualización y sus transformaciones son el punto de partida para el análisis de las imágenes de la ministra Esquivel, en tanto práctica social generada con inteligencia artificial, el análisis se resume en la tabla 4.

Tabla 4 <i>Síntesis del análisis crítico del discurso aplicado a las imágenes de la ministra Yasmín Esquivel generadas con inteligencia artificial</i>	
	<i>Descripción de la imagen:</i> Yasmín Esquivel togada y con una bufanda morada, color que identifica las luchas feministas; está rodeada de ocho mujeres indígenas y mirando a la cámara. En la parte superior el texto: “Las mujeres indígenas son raíz viva de nuestra identidad y ejemplo de dignidad y fuerza”. “En este #DíaDeLaMujerIndígena reafirmo mi compromiso para que su voz sea escuchada y sus derechos respetados”. #SCJN #Ministra #YasminEsquivel. La imagen fue subida a X como parte de la estrategia de comunicación de la ministra y denunciada, por esta razón fue retirada el 6 de septiembre de 2025. Una comparación con la imagen subida el 9 de agosto muestra la estrategia comunicativa de Esquivel en redes sociales. <i>Recontextualización:</i> un concepto similar al utilizado el 9 de agosto de 2025 con motivo de la celebración del Día Internacional de los Pueblos Indígenas. Evoca las imágenes del expresidente López Obrador y de la presidenta Sheinbaum con representantes de los pueblos indígenas

<i>Función ideacional:</i> la imagen es similar a la subida el 25 de agosto, tanto en forma como el fondo. Ambas fueron ensambladas en una computadora utilizando el software correspondiente, su composición es armónica y cumple con los parámetros de distribución de las figuras humanas en el espacio. La construcción de representaciones de la realidad es ficticia: una inadecuada redacción del <i>prompt</i>, aunada a la falta de entrenamiento de los LLM en las etnias (Feher, 2025) dan lugar a un uso fallido de los recursos semióticos para la construcción de la realidad: tanto en el pretendido apoyo de Esquivel reiterado en el texto, como por la no respuesta de las mujeres hacia el respeto de la identidad y la defensa de los derechos.	
<i>Función interpersonal:</i> en consecuencia, las representaciones de la realidad no se integran a las interacciones sociales que brillan por su ausencia. Las imágenes generadas con inteligencia artificial se traducen en una falta de expresión en las miradas de las mujeres, en errores en la construcción de las imágenes, sobre todo orejas y manos. La posición de Esquivel, al centro y un paso adelante, connota superioridad étnica y por su ubicación profesional. No hay interacción entre el equipo de Esquivel que construyó las imágenes —creadores del signo—, los intérpretes —la comunidad tuitera— y las mujeres indígenas mal representadas en las imágenes.	
<i>Función textual:</i> la composición de los signos muestra una imagen abstracta; no permite la realización de significados textuales. De hecho, la gramática de la imagen recomienda que los textos se ubiquen a la izquierda y las imágenes a la derecha; esto permitiría que la imagen fuera el punto de partida a la derecha y su explicación a la izquierda. Sin embargo, la modularidad de las redes sociales (Manovich, 2001) propicia su publicación en la parte inferior y los textos en la parte superior (Kress y Van Leeuwen. 2021). Como ya se hizo notar al comienzo del análisis, hay congruencia en el contexto de las redes sociales en que fueron publicadas las imágenes, no así dese la lógica de la composición de la imagen y el pretendido apoyo a la identidad indígena.	
<i>Transformaciones producto de la recontextualización</i>	
Sustitución de elementos de la práctica social con elementos semióticos que añaden nuevos significados.	Imágenes generadas con inteligencia artificial; errores en la redacción del <i>prompt</i> que no fueron corregidos. Todas las mujeres son iguales, carecen de expresión y se utilizan para resaltar la figura de Esquivel. Intenta comunicar inclusión y reconocimiento oficial por parte de la ministra, pero la composición de la imagen connota lo contrario.
Eliminación	Se elimina la diversidad étnica y cultural que caracteriza a los pueblos indígenas: vestimenta, expresión de los ojos y ausencia de un trabajo escénico que justifique su presencia en las imágenes. No hay voces directas de las mujeres, ni participación, ni reconocimiento a la identidad indígena. La actitud de las mujeres, Esquivel incluida, es pasiva: son parte de la escenografía.

Inclusión/exclusión:	Las imágenes generadas dejan fuera a las mujeres indígenas: su cultura, historia e indumentaria son reemplazadas por imágenes que pretenden vestir a la ministra Esquivel
Reordenación	Esquivel aparece al frente y ligeramente adelante de las imágenes que simulan ser mujeres indígenas. Marcado contraste entre el color de su piel y la de los productos generados. Reforzamiento de una narrativa que habla por las indígenas.
Legitimación	El texto, supuestamente escrito por Esquivel, pretende reconocer los derechos de las mujeres indígenas, pero se concentra en su <i>compromiso</i> con sus voces y derechos y no en el reconocimiento. Referencias rudimentarias a las prácticas sociales que han sido sustituidas o eliminadas. Elementos de ornato para destacar la figura de la ministra.

Resultados

El tuit de la ministra Esquivel fue construido con recursos semióticos obtenidos de los modelos de lenguaje de gran tamaño (LLM), cuyos procesos de entrenamiento, actualización y curación se llevan a cabo sin pautas claras y con profesionales no necesariamente calificados y no especializados en inteligencia artificial. En consecuencia, el contenido sintético generado reemplaza los contextos originales y conduce a la *pérdida de la diversidad estética* (Manovich, 2019), derivada de los procesos a los que son sometidos los LLM. En otras palabras, la réplica y expansión de narrativas sesgadas puede perpetrar desigualdades sociales, contribuir a la propagación de estereotipos y amplificar dinámicas de poder preexistentes (Feher, 2025, Cirque, 2025; Quant, 2024).

Asimismo, del análisis crítico del discurso multimodal se desprenden dos aspectos importantes para este artículo. El primero, la incapacidad del operador para redactar el *prompt*⁸ para mejorar los resultados, así como el consecuente desplazamiento de la agencia humana por la agencia algorítmica. Segundo, la deficiente sustitución de elementos de la práctica social por otros elementos semióticos que realmente cumplan

⁸ Para Katalin Feher (2025, p. 24), las instrucciones de entrada elaboradas por el usuario y que guían a la inteligencia artificial para generar los resultados específicos deben incluir todos los elementos necesarios para un óptimo resultado: texto, imágenes, música, código, modelos y diseños.

su función. La complejidad de las capas de la inteligencia artificial generativa transforma la neutralidad algorítmica en una realidad sintética y descontextualizada, con la consecuente ignorancia de la complejidad del mundo real. Al estar desconectados del mundo real, el riesgo es que los matices presentados no correspondan con lo que se quiere representar. Las desigualdades estructurales moralmente problemáticas no se observan en los resultados. En consecuencia, el sesgo de la inteligencia artificial generativa constituye un desafío ético que debe estar presente en la agenda de investigación sobre el tema (Floridi, 2024; Feher, 2025; Vemula, 2024).

Conclusiones y propuesta de líneas de investigación

Las convergencias entre mediatización profunda, ecología mediática e inteligencia artificial generativa analizadas en este artículo dan cuenta de los cambios estructurales producto de la inserción de nuevas prácticas comunicacionales hipermediadas por las tecnologías, así como las repercusiones de la articulación de las aplicaciones en el ecosistema de las comunicaciones. El equipo de comunicación de la ministra Esquivel visualizó la publicación del tuit en X como recurso añadido a una estrategia comunicativa, sin tomar en cuenta la agencia de los actores supra individuales que se percataron del uso inadecuado de la inteligencia artificial generativa y lo sumaron a las acusaciones de plagio vertidas hace un par de años. En resumen, la articulación de las tres convergencias perfila un marco teórico capaz de dar cuenta de fenómenos comunicacionales complejos.

En esta convergencia la *mediatización generativa* (Feher, 2025) se perfila como una categoría que se desprende de la mediatización profunda, e ilustra la importancia de capturar *en tiempo real* los efectos dinámicos de la comunicación, ubicarlos en el contexto de la construcción de sus sentidos, para articularlos en los ambientes mediáticos correspondientes hipermediados y mediatizados por la inteligencia artificial generativa. Siguiendo a Feher, los medios impulsados por esta herramienta representan un giro cualitativo en los estudios sobre mediatización. En este contexto, sostiene Feher, “las capacidades de la inteligencia artificial, sobre todo la tecnología de la inteligencia artificial generativa, introducen un nivel adicional de automatización y complejidad algorítmica” (Feher, 2025, p. 76).

Por otra parte, se ha seleccionado la perspectiva del actor productor en la generación y propagación del tuit: el actor supra individual dotado de agencia para consumir e interactuar con los medios modernos, hipermediados por la mediatización generativa. Hablamos de ‘confluencia de medios hipepersonalizados’ que, para Toija Cinque (2025,

p. 145), engloba dos aspectos esenciales del panorama digital: a) un alto nivel de personalización, donde contenido, formato, distribución e interacción se basan en datos y se realizan en tiempo real, adaptándose a las necesidades individuales; b) la integración y convergencia de diversas plataformas mediáticas, proporcionando al usuario una experiencia unificada y fluida. Dos procesos en interacción constante producto de los cambios generados por la mediatización generativa, todavía articulada a la mediatización profunda. Esto se traduce en una ecología convergente y personalizada: cada usuario está en contacto con un ambiente mediático basado en datos y acorde a sus intereses y necesidades.

Las convergencias seleccionadas para la construcción del objeto de estudio, mediatización generativa incluida, se orientan hacia un campo de estudio en el que la reflexión sobre la inteligencia artificial generativa se desarrolle a partir de tres dimensiones: *infraestructural* (datos, modelos, plataformas, algoritmos), *ambiental* (entornos mediáticos, ecologías perceptuales, culturas de uso) y *ética* (responsabilidad, representación, sesgos, simulaciones). El caso Esquivel muestra que los usos proselitistas de la inteligencia artificial generativa no solo plantean problemas de veracidad o autenticidad; también impactan directamente en la legitimidad de las instituciones, en la confianza ciudadana y en la dignidad de las personas representadas. En este sentido, se pretende que las convergencias aquí exploradas pueden enmarcar propuestas de alfabetización mediática y algorítmica que reconozcan la especificidad de los contenidos artificiales y sus repercusiones en la esfera pública.

En el párrafo previo se han soslayado dos líneas de investigación que se desprenden de este artículo y en las que trabajamos en este momento. Es preciso hacer hincapié en que la bibliografía seleccionada para la construcción del objeto de estudio es producto del análisis y reflexión de autores que han problematizado sobre los asuntos tratados en este artículo. Sin embargo, no se ha propuesto un marco integrado que explique cómo la inteligencia artificial generativa altera simultáneamente las estructuras mediáticas, los ambientes perceptuales y las dinámicas de representación. Es necesario abordar estas dimensiones en conjunto para comprender fenómenos comunicativos contemporáneos en los que la producción sintética de imágenes y discursos se inserta transversalmente en plataformas, algoritmos y prácticas sociopolíticas. De cara al futuro, las convergencias aquí trabajadas apuntan hacia la necesidad de agendas de investigación que, partiendo de la importancia que tiene la construcción de sentido en los procesos de mediatización profunda que convergen con ecologías mediáticas e inteligencia artificial generativa, combinen el análisis crítico del discurso multimodal para dar cuenta de las implicaciones del uso fallido de una herramienta en las representaciones de los grupos sociales implicados.

Las propuestas formuladas en este artículo constituyen un primer esfuerzo por vincular de manera sistemática la mediatización profunda, la ecología mediática y la inteligencia artificial generativa en el análisis de un caso concreto de una estrategia de comunicación fallida. Al situar el tuit de la ministra Esquivel en la intersección entre infraestructuras algorítmicas, ambientes mediáticos hiperpersonalizados y disputas por la representación de sujetos históricamente vulnerados, el estudio muestra que la inteligencia artificial generativa no solo introduce nuevas herramientas. También contribuye a reconfigurar los modos en que se construyen, legitiman y disputan las narrativas de poder en la esfera política, bajo la forma conocida como *colonización generativa* y la consecuente *pérdida de la diversidad estética* ilustrada en el análisis.

Finalmente, será muy pertinente profundizar, además, en las repercusiones de la recepción de estos contenidos por parte de los grupos implicados, así como desarrollar estrategias de alfabetización mediática y algorítmica que visibilicen los criterios de generación y difusión de contenido sintético, así como el papel de la relación hombre-máquina en la generación de imágenes. Por último, será pertinente seguir afinando categorías analíticas como la mediatización generativa, en diálogo con nuevos casos empíricos. Solo así será posible disputar los usos de la inteligencia artificial generativa que refuercen la simulación y el tokenismo, orientando estos dispositivos hacia formas de comunicación más justas, responsables, respetuosas y democráticas.

Anexo: imágenes de la estrategia comunicativa de la ministra Yasmín Esquivel vistas a tamaño natural





Yasmín Esquivel Mossa ✓
@YasminEsquivel_

X.com

Las mujeres indígenas son raíz viva de nuestra identidad,
ejemplo de dignidad y fuerza.

En este [#DíaDeLaMujerIndígena](#) reafirmo mi compromiso de
que su voz sea escuchada y sus derechos respetados.

[#SCJN](#) [#Ministra](#) [#YasmínEsquivel](#)

Día Internacional

DE LA MUJER INDÍGENA

05/09/25

Mujer indígena: raíz
de fuerza, dignidad y
sabiduría.



Yasmín Esquivel

Obras citadas

- Berry, D. M. Synthetic media and computational capitalism: Towards a critical theory of artificial intelligence. *AI & Soc* 40, (2025), 5257–5269. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02265-2>
- Bolin, G. (2024). Communicative AI and techno-semiotic mediatization: Understanding the communicative role of the machine. *Human-Machine Communication* 7, 65-81. <https://doi.org/10.30658/hmc.7.4>
- Cinque, T. (2025). *Emerging media digital ecologies*. Routledge.
- Couldry, N. (2013). *Media, society, world: social theory and digital media practice*. Polity.
- Couldry, N. y Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Denis, D. (2025). *Generative artificial intelligence: from creativity to manipulation*. Edición del autor.
- Feher, K. (2025). *Generative AI, media and society*. Routledge.
- Florida, L. (2024). *Ética de la inteligencia artificial*. Ed. Herder.
- Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Polity Press.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Hepp, A., Breiter, H. y Hasebrink, U. (2018). *Rethinking transforming communication: an introduction*. Palgrave Macmillan.
- Hepp, A., Bolin, G., Guzman, A., y Loosen, W. (2024). Mediatization and human-machine communication: Trajectories, discussions, perspectives. *Human-Machine Communication*, 7, 7-21. <https://doi.org/10.30658/hmc.7.1>
- Hepp, A., & Couldry, N. (2023). Necessary entanglements: Reflections on the role of a “materialist phenomenology” in researching deep mediatization and datafication. *Sociologica*, 17(1), 137–153. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/15793>
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Jansson, A. (2018). *Mediatization and mobile lives*. Routledge.
- Jewitt, C., Bezemer, J. y O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge.
- Kamarskaya, I. (2026). The era of artificial intelligence in media: The “Slave-Suzerain-Colleague concept”. *RUDN Journal of Studies en Literature and Journalism*, 31(1), 251-264 <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-251-264>
- Kress, G. (2010). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Laba, N. (2024). Engine for the imagination? Visual generative media and the issue of representation. *Media, Culture & Society*, 46(8), 1599-1620.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury.

- Manovich, L. (2007). Alan Kay's universal media machine. *Northern Lights Film and Media Studies Yearbook*, 5(1) 39-56 https://doi.org/10.1386/nl.5.1.39_1
- Manovich, L. (2019). *AI Aesthetics*. Luca Sosella Editore.
- McLuhan, E. y Zingrone, F. (1998). *McLuhan: escritos esenciales*. Paidós.
- McLuhan, M. (1994). *Los medios de comunicación como extensiones del hombre*. Paidós.
- McLuhan, M. (2016). The medium and the message: understanding the information world. *Collected papers*. University of British Columbia.
- Natale, S., y Depounti, I. (2024). Artificial sociality. *Human-Machine Communication*, 7, 83-98. <https://doi.org/10.30658/hmc.7.5>
- Nim, E. G. (2025). Artificial intelligence and human-machine communication: A challenge for mediatization studies. *RUDN Journal Of Studies In Literature And Journalism*, 30(4), 813-823. doi: 10.22363/2312-9220-2025-30-4-813-823
- Postman, N. (1992). *Conscientious Objections*. Vintage Books (el original se publicó en 1985).
- Postman, N. (1970). The reformed English Curriculum. Eurich, Alvin (ed). *High School 1980: The shape of the future in American Secondary Education*, p. 160-168. Pitman Publishing Corporation.
- Quant, A. (2024). *Generative AI for beginners: Understanding artificial intelligence*. Longli Insight Publishing.
- Strate, L. (2017). *Media Ecology: an approach to understanding the human condition*. Peter Lang.
- Taffel, S. (2019). *Digital media ecologies: entanglements of content, code and hardware*. Bloomsbury Academic.
- Torres Martínez, S. (2025). *Artificial intelligence: rethinking human consciousness and agency in the age of machine simulation*. Mimir Editors.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice: new tools for critical discourse analysis*. Oxford University Press.