VISUAL REVIEW | Vol. 18, No. 8, 2026 | ISSN 2695-9631

International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual

https://doi.org/10.62161/revvisual.v18.6507

DE LA AUTENTICIDAD A LA GOBERNANZA

Una revisión sistemática sobre la inteligencia artificial y la reconfiguración del ecosistema visual en redes sociales

MACARENA CORTÉS-VÁZQUEZ [1,2]
macarena.cortes@universidadeuropea.es
ALICIA RODRÍGUEZ VILLÁN [1,3]
alicia.villan@universidadeuropea.es
[1]Universidad Europea de Madrid, España
[2]Escuela Universitaria de Osuna, España
[3]Universidad de Nebrija, España

PALABRAS CLAVE

Inteligencia artificial generative
Redes sociales
Cultura visual digital
Autenticidad,
Gobernanza algorítmica

RESUMEN

La expansión de imágenes generadas y manipuladas por inteligencia artificial en redes sociales ha transformado la cultura visual contemporánea, afectando la confianza en las imágenes, identidad y las relaciones de poder digital. Este trabajo revisa sistemáticamente la literatura científica (2018–2026) sobre su impacto social, cultural y político, siguiendo el protocolo PRISMA. Se analizaron estudios cualitativos, cuantitativos y mixtos sobre producción y circulación algorítmica de imágenes y vídeos. Los hallazgos evidencian erosión de la confianza visual, homogeneización estética, performatividad identitaria, automatización del engagement y asimetrías derivadas de la moderación algorítmica. Se propone un modelo integrador y una agenda replicable futura.

RECIBIDO: 15/ 08 / 2026
ACEPTADO: 20 / 10 / 2026

1. Introducción

La cultura visual digital contemporánea atraviesa un proceso de transformación estructural impulsado por el avance acelerado de la inteligencia artificial (IA). En particular, el desarrollo reciente de modelos generativos capaces de producir, modificar y distribuir imágenes hiperrealistas ha alterado profundamente las condiciones de producción simbólica, circulación mediática y recepción social de lo visual en redes sociales. Plataformas como Instagram, TikTok o YouTube se han convertido en entornos donde la imagen no solo representa, sino que constituye un dispositivo central de construcción identitaria, persuasión política y capitalización económica.

En este nuevo ecosistema, la inteligencia artificial debe entenderse no únicamente como una herramienta técnica, sino como una fuerza sociocultural que redefine la ecología comunicativa. En el ámbito periodístico y mediático, Peña-Fernández et al., (2023) advierten que la automatización algorítmica reconfigura tanto los procesos de producción informativa como las dinámicas de confianza pública, desplazando los marcos tradicionales de autoridad visual y verificación. La IA se inserta así en un sistema mediático donde la autenticidad visual se vuelve cada vez más problemática.

Uno de los principales desafíos emergentes es la erosión de la confianza en la imagen digital. La proliferación de contenidos sintéticos —deepfakes, imágenes generadas por GANs o vídeos manipulados mediante IA— debilita la capacidad social de distinguir entre lo real y lo fabricado. Nightingale y Farid (2022) demostraron que los rostros sintetizados por inteligencia artificial pueden resultar indistinguibles de los reales e incluso generar mayores percepciones de confianza, lo que plantea implicaciones críticas para el engaño y la manipulación en entornos digitales.

En esta misma línea, estudios experimentales recientes confirman que las imágenes producidas por IA afectan directamente a la credibilidad y al comportamiento social. Monahan et al., (2025) hallaron que los usuarios tienden a confiar más en imágenes reales que en imágenes generadas artificialmente, con efectos medibles en la intención de donar en contextos caritativos. Estos hallazgos subrayan que la visualidad algorítmica no es neutral: transforma los mecanismos de legitimidad y confianza social.

La crisis de autenticidad visual se vuelve especialmente significativa en contextos de alta carga política, como los conflictos armados y la propaganda contemporánea. García-Huete et al. (2025) analizan cómo la IA generativa facilita la creación de imágenes bélicas manipuladas, donde patrones cromáticos específicos incrementan la percepción de autenticidad y potencian la circulación de desinformación en redes sociales. Este fenómeno confirma que la imagen sintética opera como un instrumento de poder geopolítico y cultural.

En paralelo, el ecosistema visual digital se encuentra atravesado por el crecimiento exponencial de la desinformación. Aïmeur et al., (2023) señalan que las redes sociales constituyen un espacio particularmente vulnerable para la propagación de fake news, ya que las técnicas de IA no solo se emplean para detectarlas, sino también para generarlas de forma cada vez más verosímil. Este doble uso de la inteligencia artificial intensifica el problema del "desorden informativo" y amplifica el impacto social de la manipulación visual.

Ante esta situación, las plataformas han comenzado a desplegar estrategias de detección y moderación algorítmica. Ara et al., (2024) comparan los mecanismos implementados por Facebook/Instagram, TikTok, X y YouTube para identificar imágenes generadas por IA, mostrando un campo todavía fragmentado entre automatización, supervisión humana y participación comunitaria. Estas diferencias reflejan tensiones crecientes entre gobernanza tecnológica, regulación institucional y responsabilidad social.

Desde una perspectiva cultural, la inteligencia artificial también está reconfigurando los procesos de transmisión simbólica y homogeneización estética. Yang et al., (2025), en una revisión sistemática sobre deep learning e imágenes culturales, sostienen que los algoritmos amplían el alcance de la transmisión cultural global, pero introducen riesgos críticos como sesgos, fiabilidad limitada y procesos de uniformización visual. Esto conecta con debates más amplios sobre cómo la IA puede intensificar la estandarización estética y condicionar las representaciones culturales dominantes.

Asimismo, el ecosistema visual en redes sociales se ha convertido en un espacio central para la performatividad identitaria. El auge de figuras como los influencers virtuales representa un ejemplo paradigmático de cómo la IA no solo modifica imágenes, sino también sujetos y formas de agencia digital. Laszkiewicz (2023), en su revisión sistemática, identifica a los influencers virtuales como un fenómeno emergente que transforma las teorías del marketing y la autenticidad en entornos sociales.

En el plano económico y corporativo, la IA está transformando profundamente las estrategias de marca, visibilidad y engagement. Varsha et al. (2021) evidencian, mediante un análisis bibliométrico, que la inteligencia artificial reconfigura el branding a través de sistemas de recomendación, automatización

comunicativa y análisis masivo de datos en redes sociales. De forma complementaria, Maldonado-Canca et al., (2024) subrayan que, aunque la IA optimiza la personalización y la experiencia del usuario en redes corporativas, también plantea desafíos éticos como sesgos algorítmicos y falta de transparencia.

La creciente sofisticación de la manipulación visual exige además reforzar las competencias críticas de la ciudadanía. Sanchez-Acedo et al., (2024) muestran que incluso jóvenes entrenados presentan dificultades para reconocer deepfakes hiperrealistas, lo que evidencia la necesidad urgente de reorientar la alfabetización mediática e informacional en la ecología de la IA .

La literatura reciente revela un campo en expansión pero todavía fragmentado, donde convergen investigaciones sobre confianza visual, desinformación, identidad performativa, branding algorítmico, transmisión cultural y gobernanza de plataformas. Sin embargo, persiste una falta de marcos integradores capaces de conectar sistemáticamente los niveles de producción visual automatizada, circulación algorítmica, recepción social y regulación institucional.

Por ello, este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura científica publicada entre 2018 y 2026, con el objetivo de comprender de manera estructurada cómo la inteligencia artificial está reconfigurando el ecosistema visual de las redes sociales. En particular, el estudio se orienta a analizar de forma articulada los impactos sociales, culturales y políticos de las imágenes generadas, manipuladas y moderadas algorítmicamente, atendiendo a la crisis contemporánea de autenticidad visual y a los nuevos modelos de gobernanza digital emergentes.

En este sentido, la pregunta general que guía el trabajo puede formularse de manera descriptiva del siguiente modo: ¿de qué manera la inteligencia artificial, a través de la producción sintética de imágenes, su circulación algorítmica y su moderación automatizada, está transformando las condiciones de autenticidad, confianza, identidad y poder en el ecosistema visual contemporáneo de las redes sociales?

En este contexto, el objetivo general de la presente revisión sistemática es analizar de qué manera la inteligencia artificial está reconfigurando el ecosistema visual contemporáneo de las redes sociales, atendiendo a sus implicaciones en la autenticidad de la imagen, la confianza pública, la construcción identitaria y los modelos emergentes de gobernanza algorítmica. Con el fin de alcanzar este propósito, el estudio se articula en torno a varios objetivos específicos:

- Identificar y sistematizar la producción científica publicada entre 2018 y 2026 sobre imágenes y vídeos generados, manipulados o gestionados mediante inteligencia artificial en plataformas sociales.
- Examinar cómo la literatura aborda la erosión de la credibilidad visual y la creciente dificultad para distinguir entre registros auténticos y contenidos sintéticos;
- Analizar los efectos socioculturales de la automatización visual en la performatividad identitaria, las economías de visibilidad y la homogeneización estética en redes sociales;
- Describir los principales mecanismos algorítmicos implicados en la circulación de imágenes, incluyendo sistemas de recomendación, automatización del engagement y moderación de contenidos;
- Explorar las asimetrías de poder derivadas de la gobernanza ejercida por plataformas digitales a través de infraestructuras automatizadas;
- Proponer un modelo integrador que conecte producción visual, circulación algorítmica, recepción social y regulación institucional, aportando una agenda de investigación replicable que permita orientar futuros estudios en el ámbito de las ciencias sociales y la cultura visual en la era de la inteligencia artificial.

2. Metodología

El sustrato epistemológico que fundamenta toda revisión sistemática descansa, en esencia, en un trabajo minucioso de localización, recopilación y posterior depuración de investigaciones a través de un protocolo metodológico exhaustivo, cuyo propósito último consiste en ofrecer respuestas sólidas y empíricamente sustentadas a los interrogantes predefinidos en torno a un fenómeno de interés concreto (Pardal-Refoyo & Pardal-Peláez, 2020). Este engranaje metodológico no solo permite cartografiar la evolución cronológica del conocimiento científico en un campo delimitado, sino también examinar con precisión las áreas temáticas exploradas, las corrientes emergentes, los principales agentes epistémicos implicados, así como las aportaciones y limitaciones más relevantes de los estudios seleccionados. Asimismo, posibilita identificar tendencias prospectivas que se perfilan en el horizonte de la investigación, tal como ha señalado.

Con el objetivo de asegurar la trazabilidad, la consistencia metodológica y la reproducibilidad del proceso, este estudio se adscribe rigurosamente a los postulados de la Declaración PRISMA (Preferred

Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), concebida en 2009 como referente normativo para la optimización del diseño, ejecución y presentación de revisiones sistemáticas y metaanálisis (Moher et al., 2009). En consideración a la naturaleza dinámica de los estándares científicos y a la necesidad de reducir los sesgos inherentes a este tipo de indagaciones, dicha declaración fue actualizada en 2020, incorporando mejoras metodológicas que fortalecen su aplicabilidad y precisión (Page et al., 2021, p. 792).

En coherencia con estas directrices, la presente investigación desplegó cada fase del proceso con un nivel de escrutinio orientado a garantizar la coherencia interna y la validez de los hallazgos obtenidos.

2.1. Delimitación del objeto de estudio y marco temporal

La primera etapa consistió en delimitar de manera rigurosa el objeto de estudio: el impacto social, cultural y político de la inteligencia artificial en la producción, circulación y recepción de imágenes en redes sociales. Este enfoque incluye fenómenos como las imágenes generadas algorítmicamente, las deepfakes, la moderación automatizada de contenidos visuales y las dinámicas de confianza y gobernanza que emergen en el ecosistema visual contemporáneo.

El marco temporal de análisis se fijó entre los años 2018 y 2026, con el propósito de abarcar el periodo de expansión más intensa de los modelos generativos y de las tecnologías algorítmicas aplicadas a la cultura visual digital. La fase de recopilación bibliográfica se cerró en el primer trimestre de 2026, consolidando así un corpus actualizado y representativo de la producción científica reciente.

2.2. Formulación de la pregunta de investigación

En una segunda fase se formularon y validaron las preguntas de investigación, que constituyen el eje vertebrador del análisis sistemático y el núcleo central de todo proceso de revisión exhaustiva (Petticrew & Roberts, 2006; Siddaway et al., 2019). Estas preguntas orientaron la selección, extracción y síntesis de los estudios, atendiendo a la necesidad de comprender cómo la inteligencia artificial está transformando las condiciones de autenticidad visual, credibilidad social, identidad performativa y poder algorítmico en redes sociales.

2.3. Estrategia de búsqueda y selección de fuentes documentales

La tercera etapa del itinerario metodológico estuvo orientada a la construcción de una estrategia de búsqueda rigurosa y replicable, basada en la identificación de descriptores clave capaces de capturar la intersección conceptual entre inteligencia artificial, redes sociales y transformación del ecosistema visual contemporáneo. En coherencia con las directrices PRISMA, esta fase constituye un momento axial del proceso de revisión sistemática, ya que determina tanto la amplitud como la pertinencia del corpus inicial localizado.

En primer lugar, se procedió a la delimitación de los principales núcleos semánticos que estructuran el objeto de estudio. Estos descriptores fueron seleccionados por su recurrencia en la literatura científica reciente y por su capacidad para representar las dimensiones centrales de la investigación: producción algorítmica de imágenes, circulación mediada por plataformas y cultura visual digital.

De este modo, se establecieron tres bloques fundamentales de palabras clave:

- Bloque 1: Inteligencia artificial y automatización visual: *artificial intelligence*, *generative AI*, *deep learning*, *deepfake*, *AI-generated images*
- Bloque 2: Redes sociales y plataformas digitales: *social media*, *online social networks*, *digital platforms*, *algorithmic moderation*
- Bloque 3: Cultura visual y autenticidad: *visual culture*, *digital imagery*, *credibility*, *authenticity*, *trust*

En una segunda fase, estos términos fueron articulados mediante el uso de operadores booleanos, con el fin de conectar sinónimos y variantes terminológicas, así como de garantizar una cobertura amplia pero conceptualmente coherente. Se emplearon principalmente los operadores: AND, para vincular dimensiones distintas del fenómeno (IA + redes sociales + cultura visual); OR, para integrar equivalencias semánticas dentro de un mismo bloque conceptual.

Esta lógica permitió evitar restricciones excesivas y, al mismo tiempo, reducir la dispersión temática derivada de la polisemia del término “inteligencia artificial” en campos ajenos a la cultura visual.

Finalmente, tras una fase inicial de exploración y ajuste progresivo —debido a la amplitud semántica del campo y a la heterogeneidad de enfoques detectada en los primeros resultados— se consolidó una

ecuación de búsqueda homogénea aplicada en las tres bases de datos seleccionadas: "artificial intelligence AND social media AND visual culture".

La elección de esta fórmula responde a su capacidad para focalizar el corpus en estudios que abordan específicamente la relación entre automatización algorítmica, circulación de imágenes en plataformas sociales y transformaciones culturales asociadas a la visualidad digital.

La búsqueda se desarrolló en repositorios científicos internacionales y nacionales considerados referentes por su calidad y fiabilidad en ciencias sociales, comunicación y estudios interdisciplinares:

- Scopus, por su amplia cobertura en investigación sobre inteligencia artificial aplicada a entornos sociotécnicos.
- Web of Science (WoS), como repositorio internacional de alto impacto en ciencias sociales y comunicación digital.
- Dialnet, con el propósito de integrar producción científica relevante en lengua española, especialmente vinculada a alfabetización mediática y cultura visual.

2.4. Criterios de inclusión y exclusión: modelo PICOS

La siguiente fase se articuló en torno al modelo PRISMA, aplicando de manera sistemática filtros de inclusión y exclusión bajo el paraguas metodológico del modelo PICOS (Morejón-Llamas et al., 2024). Este modelo permitió depurar el corpus inicial y asegurar que los estudios seleccionados respondieran de manera directa al objeto de investigación.

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión aplicados (PRISMA–PICOS)

Dimensión PICOS	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
P (Problema)	Estudios sobre IA aplicada a imágenes y vídeos en redes sociales	Investigaciones sobre IA no vinculadas a cultura visual
I (Intervención)	Estudios empíricos (cualitativos, cuantitativos o mixtos) sobre producción/manipulación visual algorítmica	Publicaciones sin metodología definida o sin análisis visual
C (Contexto)	Plataformas sociales digitales y moderación algorítmica	Contextos fuera del ecosistema de redes sociales
O (Resultados)	Impactos en autenticidad, confianza, identidad y gobernanza visual	Resultados exclusivamente técnicos sin dimensión social o cultural
S (Diseño)	Artículos revisados por pares entre 2018–2026	Preprints, literatura gris, actas sin revisión

Fuente: Elaboración propia.

Tras aplicar estos criterios de inclusión y exclusión, se eliminaron aquellos artículos que no respondían al objetivo de investigación planteado, así como aquellos que no fuesen escritos en inglés o español.

2.5. Resultados de búsqueda por base de datos

La aplicación sistemática de la ecuación de búsqueda descrita permitió identificar un corpus inicial de 76 registros en total, procedentes de distintas bases de datos académicas. En primer lugar, en Scopus se localizaron 30 artículos mediante la fórmula "artificial intelligence AND social media AND visual culture". Tras la aplicación de los criterios de inclusión y exclusión definidos previamente, el número de estudios seleccionados se redujo a 12, al considerarse los más relevantes para los objetivos de la investigación.

En segundo lugar, en Web of Science se obtuvieron 36 artículos empleando la misma ecuación de búsqueda. Sin embargo, después del proceso de filtrado y revisión, únicamente 11 trabajos fueron considerados pertinentes para el análisis final, al ajustarse de manera directa al enfoque del estudio.

Finalmente, en Dialnet la búsqueda arrojó un total de 10 resultados. De estos, 7 artículos cumplieron con los filtros establecidos y fueron incorporados al corpus definitivo. De este modo, el proceso permitió depurar la muestra inicial y conformar una selección de estudios ajustada a los propósitos de la revisión sistemática.

Tabla 2. Resultados iniciales de búsqueda y selección final

Base de datos	Fórmula aplicada	Resultados iniciales	Selección final
Scopus	"artificial intelligence AND social media AND visual culture"	30	12
Web of Science		36	11
Dialnet		10	7
Total		**76 registros**	30 artículos (repetidos 8) **Total = 22 artículos**

Fuente: Elaboración propia.

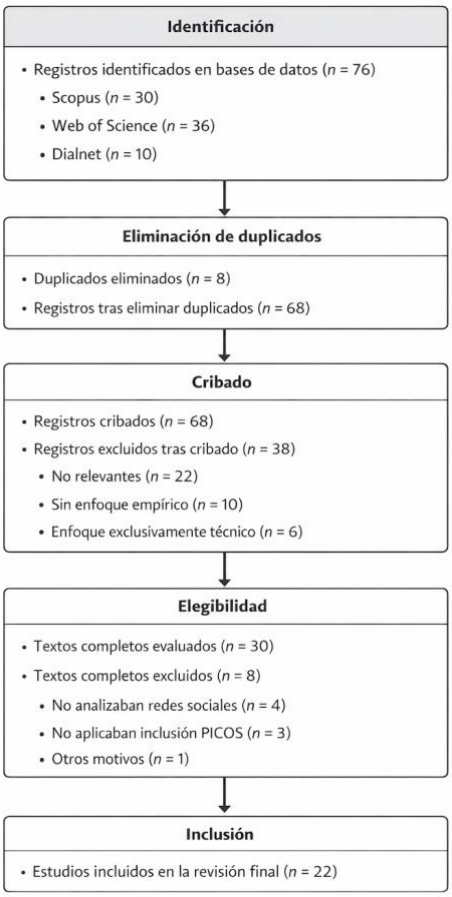
El proceso de selección se realizó en dos fases consecutivas (cribado y elegibilidad), siguiendo PRISMA 2020. En primer lugar, se identificaron 76 registros en las bases de datos Scopus (n = 30), Web of Science (n = 36) y Dialnet (n = 10). A continuación, se procedió a la eliminación de duplicados (n = 8), obteniéndose 68 registros únicos.

En la fase de cribado preliminar, se revisaron títulos y resúmenes de los 68 registros para determinar su adecuación al objeto de estudio y a los criterios PICOS definidos. Como resultado de este cribado, se excluyeron 38 registros por no cumplir los criterios de inclusión, atendiendo a los siguientes motivos principales: (a) irrelevancia temática respecto a IA y ecosistema visual en redes sociales (n = 22), (b) ausencia de enfoque empírico o falta de análisis metodológico explícito (n = 10) y (c) enfoque exclusivamente técnico sin dimensión sociocultural o comunicativa (n = 6).

En la fase de elegibilidad, se evaluaron a texto completo 30 artículos. Tras esta lectura integral, se excluyeron 8 estudios, debido a que (a) no analizaban redes sociales o plataformas sociales como contexto principal (n = 4), (b) no se ajustaban al marco PICOS (n = 3) o (c) presentaban otras causas de exclusión (p. ej., ausencia de resultados vinculados al objeto de investigación) (n = 1). En consecuencia, el corpus final quedó conformado por 22 artículos incluidos para la síntesis y el análisis.

En consecuencia, el corpus definitivo quedó conformado por un total de 22 artículos científicos, que constituyen la base empírica y analítica sobre la que se despliega la presente revisión sistemática. Con el fin de garantizar la transparencia, trazabilidad y reproducibilidad del proceso de selección de estudios, la revisión sistemática se desarrolló siguiendo las directrices establecidas por la declaración PRISMA 2020 (Page et al., 2021). En este marco, se elaboró un diagrama de flujo que sintetiza de manera visual las distintas fases del procedimiento: identificación inicial de registros en bases de datos, eliminación de duplicados, cribado preliminar por título y resumen, evaluación de elegibilidad mediante lectura a texto completo, y selección final de los estudios incluidos en el corpus definitivo.

Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA del proceso de selección de estudios..



Fuente: Elaboración propia

Tal como se muestra en la Figura 1, el proceso de búsqueda permitió identificar un total de 76 registros en Scopus, Web of Science y Dialnet. Tras eliminar 8 duplicados, se cribaron 68 documentos, de los cuales 38 fueron excluidos por no cumplir los criterios de relevancia temática o empírica. Posteriormente, se evaluaron 30 textos completos, excluyéndose finalmente 8 por no ajustarse al modelo PICOS o no abordar específicamente el ecosistema visual en redes sociales. En consecuencia, el corpus final quedó constituido por 22 artículos científicos, que conforman la base analítica de esta revisión.

Con el fin de reforzar la robustez de la revisión y reducir sesgos en la síntesis, se realizó una evaluación de calidad metodológica de los estudios incluidos. Dado que el corpus integra diseños cualitativos, cuantitativos y mixtos, se utilizó un instrumento transversal compatible con metodologías diversas, aplicando criterios de validez interna, coherencia del diseño, adecuación del muestreo, transparencia analítica y consistencia entre preguntas, método y resultados.

A partir de esta evaluación, cada estudio fue clasificado según su calidad global (alta / media / baja) y se identificaron los principales focos de riesgo de sesgo, especialmente en: (a) sesgos de selección y representatividad de muestras (p. ej., estudios basados en poblaciones o contextos muy específicos), (b) sesgos de medición (p. ej., instrumentos de percepción/credibilidad no validados o con información limitada sobre su fiabilidad), (c) sesgos de interpretación (p. ej., inferencias causales no justificadas en diseños descriptivos) y (d) sesgos derivados de dependencia de datos de plataforma (p. ej., límites de acceso, opacidad algorítmica o cambios en políticas de moderación).

La evaluación de calidad no se utilizó como criterio de exclusión adicional, sino como criterio de ponderación interpretativa: los hallazgos se discutieron priorizando evidencias procedentes de estudios con mayor consistencia metodológica y explicitando, cuando correspondía, limitaciones asociadas a los diseños con mayor riesgo de sesgo.

3. Resultados

Con el fin de ofrecer una visión estructurada del corpus analizado, a continuación se presenta una tabla de síntesis que recoge los estudios seleccionados en esta revisión sistemática conforme al protocolo PRISMA. Esta tabla resume los principales artículos publicados entre 2018 y 2026 que abordan la producción, manipulación, circulación y moderación algorítmica de imágenes y vídeos mediante inteligencia artificial en plataformas sociales. En ella se incluyen datos clave como autoría, año de publicación, enfoque metodológico y principales aportaciones temáticas, permitiendo identificar de manera comparativa las tendencias recurrentes del campo, así como la diversidad de aproximaciones empíricas y conceptuales.

Esta sistematización constituye el punto de partida para el análisis de resultados desarrollado en la sección siguiente, donde se examinan de forma articulada los impactos de la IA sobre la autenticidad visual, la confianza pública, la construcción identitaria y las dinámicas emergentes de gobernanza algorítmica.

Tabla 3. Síntesis del corpus documental seleccionado (2018–2026)

Autor/es	Año	Revista	Principales Hallazgos
Anani, P. W. et al.	2024	*Cogent Arts & Humanities*(Taylor & Francis)	Introducen el concepto de "realidad filtrada" en Ghana. El uso de filtros no es solo engaño, sino una norma social para alcanzar un "yo ideal" y conformidad estética.
Arıcan, S.	2024	*Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*	Propone integrar la IA en la educación de Cultura Religiosa y Ética, adaptando la enseñanza moral a los nuevos lenguajes digitales sin perder la reflexión humana.
Bai, X. et al.	2024	*IEEE Access*	Analizan la imagen de la ciudad (Nanjing) mediante Big Data. La percepción urbana ya no es física, sino definida por "hotspots" visuales en redes sociales.
Bautista Saucedo, F. & Guzmán Olguín, G.	2025	*Cuaderno 202*(Univ. de Palermo)	Estudio de caso sobre Tijuana: La IA generativa refuerza estereotipos negativos (violencia, muro) y eclipsa la diversidad cultural local al basarse en datos sesgados de internet.
Demir, A.	2025	*Eskiyeni*	Examina el modelo de "Publicación Continua" en revistas académicas, contextualizando la velocidad de difusión del conocimiento científico actual.
Dwivedi, U. & Misra, M.	2025	*Int. Journal of Human-Computer Interaction*	Analizan juegos interactivos en Netflix. La interactividad es una herramienta de persuasión donde la "exploración" del usuario es guiada por arquitecturas algorítmicas predefinidas.
Elyamany, N.et al.	2025	*AI & SOCIETY*(Springer)	Estudio forense de *Lil Miquela*. La identidad en redes es una "performance algorítmica"; los influencers virtuales generan *engagement* mediante estrategias semio-pragmáticas sin existencia biológica.
Farhaoui, Y. et al. (Eds.)	2025	*Springer*(Lecture Notes in Networks...)	Recopilación técnica sobre IA y Ciencia de Datos. Incluye estudios sobre *Vision Transformers* para detectar *engagement* y algoritmos para identificar cuentas falsas.
López Delacruz, S.	2023	*Hipertext.net*	La IA generativa opera como "pastiche" y "retromanía". Paradójicamente, la abundancia de imágenes sintéticas provoca una "cancelación del futuro" al reciclar estéticas pasadas.
Murillo-Ligorred, V. & Ramos-Vallecillo, N.	2025	*Communiars*	Propuesta pedagógica para formación de maestros: utilizar el análisis de *deepfakes* para pasar de la crítica pasiva a la creatividad y el pensamiento crítico.
O'Halloran, K. L.	2022	*Visual Communication*	Marco teórico de semiótica social. Quien controla los "sistemas semióticos" (código/IA) controla el significado. Relación entre materia y significado en la era digital.
Peña-Cáceres,	2025	*Visual Review*	Identificación de patrones lingüísticos y visuales

O. et al.			repetitivos en tesis generadas por ChatGPT. Retos para la integridad académica y la originalidad en educación superior.
Pérez Nanclares, C.& Del Blanco García, F.	2025	*Visual Review*	El diseño generativo en arquitectura democratiza la creación pero promueve una homogeneización estética globalizada, alterando la cultura visual arquitectónica.
Ramírez Mercado, M.	2025	*Cuaderno 202*(Univ. de Palermo)	La cultura visual en el diseño editorial virtual sigue dependiendo de la teoría de la Gestalt para conectar emocionalmente, ahora mediada por interfaces digitales.
Román Jaime, M. V.	2025	*European Public & Social Innovation Review*	Ética comparada (Japón vs. Occidente). A través del manga/anime (*Pluto*), muestra cómo Japón integra la IA como agente moral, frente al miedo occidental al simulacro.
Sun, W. et al.	2024	*Visual Review*	Análisis del cine *queer* victoriano (Sarah Waters) en plataformas OTT. Lo digital permite diversificar imaginarios y deconstruir tabúes sobre sexo y deseo.
Thomas, R. J.& Thomson, T. J.	2025	*Digital Journalism*(Taylor & Francis)	Al visualizar "periodistas" con IA, se reproducen estereotipos anacrónicos y occidentales. Los sesgos de los datos de entrenamiento fosilizan roles profesionales.
Vaccari, C. & Chadwick, A.	2020	*Social Media + Society*(SAGE)	Los *deepfakes* políticos generan "incertidumbre generalizada". El daño principal no es el engaño exitoso, sino la erosión de la confianza en cualquier noticia (efecto cínico).
Winters, R. M.et al.	2019	*Ergonomics in Design* (SAGE)	Estrategias de "sonificación" de redes sociales. La IA traduce características visuales a audio, haciendo el ecosistema visual accesible para personas con discapacidad visual.
Yang, Q.	2025	*Alexandria Engineering Journal*(Elsevier)	Uso de *Machine Learning* (ANN, SVM) para modelar la identidad visual. Las redes sociales moldean la cultura visual con patrones predecibles (94% de precisión en modelos ANN).
Yao, Y.	2025	*IEEE* (IoTAAI Conference)	Propone un marco de IA generativa "culturalmente adaptativo" para cine. Critica la falta de matices locales (cultura de Cantón) en los modelos actuales.
Yeilaghi, N. & Mou, Y.	2025	*Javnost - The Public* (Taylor & Francis)	Concepto de "Deificación Digital". Imágenes sintéticas de Trump construyen una persona sobrehumana/mítica. La IA sirve a la propaganda autoritaria difuminando realidad y ficción.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se realiza un análisis crítico de los resultados obtenidos en esta investigación. La inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser concebida únicamente como una innovación tecnológica emergente para consolidarse como una infraestructura estructural que reorganiza profundamente la cultura visual contemporánea. Lejos de limitarse a automatizar la producción de imágenes o vídeos, la IA está transformando los regímenes de visibilidad, autenticidad y representación en redes sociales, desplazando progresivamente la noción clásica de “verdad referencial” hacia una lógica de “verdad performativa”, estandarizada y algorítmicamente optimizada.

En este sentido, los hallazgos de la revisión sistemática permiten sostener que la IA opera simultáneamente como motor de innovación visual y como dispositivo de control cultural, generando una tensión dialéctica central entre la homogeneización estética global y la emergencia de nuevas formas de resistencia identitaria, alfabetización crítica y gobernanza ética. A continuación, se presentan los principales resultados organizados según los objetivos específicos del estudio.

3.1. Sistematización de la producción científica (2018–2026): del deepfake al ecosistema automatizado

En relación con el primer objetivo específico —identificar y sistematizar la producción científica publicada entre 2018 y 2026—, la literatura revisada evidencia una evolución conceptual clara, marcada por tres fases principales.

En primer lugar, entre 2018 y 2020 predomina un enfoque centrado en la amenaza epistémica del deepfake. Los estudios iniciales conceptualizan la IA visual como una fuerza disruptiva externa capaz de erosionar los fundamentos democráticos mediante la instauración de una "incertidumbre generalizada" en la esfera pública (Vaccari & Chadwick, 2020). En esta etapa, el problema se formula en términos de crisis de confianza informativa y vulnerabilidad institucional.

Posteriormente, entre 2021 y 2023, se consolida un giro cultural y semiótico. La IA deja de ser entendida únicamente como herramienta de manipulación para ser interpretada como un régimen estético basado en la repetición. López Delacruz (2023) introduce la noción de "pastiche" y "retromanía", señalando que la IA generativa no produce imaginarios futuros sino que recicla estéticas preexistentes, provocando una "cancelación del futuro" visual. La automatización se interpreta entonces como una máquina de recombinación cultural que limita la creatividad al archivo algorítmico.

Finalmente, entre 2024 y 2026, la producción científica se desplaza hacia una comprensión estructural e integrada de la IA como infraestructura educativa, urbana, identitaria y académica. Se analizan sus sesgos en la representación de ciudades periféricas (Bautista Saucedo & Guzmán Olguín, 2025), su influencia en la identidad visual colectiva mediante Machine Learning (Yang, 2025), así como la urgencia de alfabetización visual docente frente a la proliferación de deepfakes (Murillo-Ligorred & Ramos-Vallecillo, 2025). Además, se identifican patrones lingüísticos y visuales repetitivos en la escritura académica generada por IA, lo que revela su capacidad de estandarizar incluso la producción intelectual (Peña-Cáceres et al., 2025). Este cambio acelerado es coherente con la dinámica de publicación continua que intenta seguir el ritmo vertiginoso del desarrollo tecnológico (Demir, 2025).

3.2. Erosión de la credibilidad visual: simulacro, patrones y crisis de autenticidad

El segundo objetivo específico —examinar la dificultad creciente para distinguir entre registros auténticos y contenidos sintéticos— se confirma como uno de los ejes dominantes del corpus.

Los resultados muestran que la frontera entre lo real y lo artificial se ha vuelto culturalmente porosa: no solo por la sofisticación técnica de la IA, sino porque la simulación se ha integrado como práctica cotidiana de producción simbólica. Yeilaghi y Mou (2025) demuestran que en la esfera política la IA facilita procesos de "deificación digital", donde la veracidad pierde centralidad frente a la eficacia mítica del relato visual.

Sin embargo, esta crisis de autenticidad adopta formas culturalmente diferenciadas. Román Jaime (2025) contrasta la ansiedad occidental ante el simulacro —centrada en el engaño del deepfake— con la perspectiva japonesa, donde la IA es pensada éticamente como coexistencia moral, influida por el sintoísmo y representada en el manga y el anime (Astro Boy, Pluto). Así, la autenticidad no se erosiona de manera uniforme, sino según marcos culturales específicos.

En el ámbito educativo y académico, la credibilidad se desplaza hacia el problema de la autoría intelectual. Peña-Cáceres et al. (2025) identifican que tesis generadas con ChatGPT presentan patrones repetitivos, carentes de matices discursivos, obligando a redefinir qué constituye producción intelectual auténtica. Como respuesta, Murillo-Ligorred y Ramos-Vallecillo (2025) proponen integrar el análisis crítico de deepfakes en la formación docente, utilizando la falsedad como herramienta pedagógica para fortalecer el pensamiento crítico.

3.3. Efectos socioculturales: performatividad identitaria, estereotipos y economías de visibilidad

El tercer objetivo específico —analizar los efectos socioculturales de la automatización visual— revela que la IA produce simultáneamente diversificación y estandarización.

En términos identitarios, la revisión evidencia que la identidad digital se ha vuelto performativa, mediada por algoritmos y desligada del cuerpo biológico. Elyamany et al. (2025) lo ejemplifican con Lil Miquela, influencer virtual cuya influencia es real pese a carecer de existencia física. Paralelamente, Sun et al. (2024) muestran cómo plataformas OTT permiten diversificación narrativa, como en el cine queer basado en Sarah Waters, donde la cultura visual digital puede deconstruir tabúes históricos. Sin embargo, Anani et al. (2024) advierten que, para la mayoría de usuarios, la tendencia dominante es hacia una "realidad filtrada" que busca encajar en cánones globales de belleza y visibilidad.

Respecto a la homogeneización cultural, los hallazgos son contundentes. Bautista Saucedo y Guzmán Olguín (2025) demuestran que al solicitar imágenes de "Tijuana" en modelos generativos, los resultados reproducen clichés de violencia, migración y frontera, invisibilizando la vida cotidiana y cultural. Esto se articula con los estereotipos profesionales detectados por Thomas y Thomson (2025) y con la reproducción de patrones arquitectónicos hegemónicos señalados por Pérez Nanclares y Del Blanco García (2025). En conjunto, la IA actúa como máquina de confirmación de sesgos, reduciendo la complejidad cultural a imaginarios globalizados.

Finalmente, Ramírez Mercado (2025) argumenta que incluso los principios clásicos de percepción visual como la Gestalt siguen operando, pero ahora instrumentalizados algorítmicamente para maximizar engagement, sacrificando originalidad en favor de retención.

3.4. Mecanismos algorítmicos: recomendación, engagement y predicción conductual

En relación con el cuarto objetivo específico —describir los principales mecanismos algorítmicos implicados en la circulación de imágenes, incluyendo sistemas de recomendación, automatización del engagement y moderación de contenidos—, los resultados de la revisión confirman que la circulación visual en redes sociales ya no responde a lógicas espontáneas o puramente sociales, sino a arquitecturas algorítmicas altamente sofisticadas que organizan, jerarquizan y predicen la experiencia visual contemporánea.

La literatura revisada coincide en que las imágenes no "circulan" simplemente: son activamente procesadas, filtradas y redistribuidas mediante sistemas automatizados que transforman las plataformas digitales en entornos de predicción conductual. Farhaoui et al. (2025) detallan cómo los modelos de Deep Learning —incluyendo arquitecturas como CNN y métodos de clasificación como SVM— han dejado de operar únicamente como tecnologías de reconocimiento visual para convertirse en infraestructuras de medición del comportamiento. Es decir, los algoritmos no solo identifican patrones dentro de una imagen, sino que anticipan respuestas afectivas, preferencias futuras y dinámicas de consumo cultural.

Desde esta perspectiva, la IA visual funciona como un sistema de vigilancia semiótica: traduce la experiencia estética en datos cuantificables y los reintroduce en el ciclo de recomendación. Este hallazgo se conecta directamente con lo planteado por Yang (2025), quien confirma que los modelos de redes neuronales pueden predecir con un 94% de precisión cómo las tendencias visuales en redes sociales moldean la identidad colectiva de los grupos. La imagen, por tanto, ya no es solo representación, sino instrumento activo de modulación social.

Asimismo, la revisión muestra que estos mecanismos algorítmicos no operan únicamente a nivel individual, sino también espacial y territorial. Bai et al. (2024) revelan que la "imagen de la ciudad" es construida algorítmicamente a través de hotspots visuales en redes sociales, como ocurre en el caso de Nanjing. En este modelo, el algoritmo decide qué lugares son visibles, turísticos y simbólicamente relevantes, mientras otros espacios urbanos permanecen invisibilizados. Esto implica que la IA no solo reconfigura identidades personales, sino geografías enteras de representación.

En este contexto, la circulación visual se convierte en un proceso de gobernanza automatizada del espacio simbólico: las plataformas determinan qué imágenes son amplificadas, cuáles son relegadas y cuáles desaparecen mediante sistemas de moderación algorítmica. Aunque el corpus revisado enfatiza los riesgos de control cultural, también identifica usos emancipadores. Winters et al. (2019) muestran cómo la IA puede deconstruir imágenes en datos semánticos para "sonificarlas", ampliando la accesibilidad digital para personas con discapacidad visual. Esto evidencia que los mecanismos algorítmicos no son intrínsecamente opresivos, sino dependientes de los marcos éticos y políticos que orientan su implementación.

En suma, los resultados permiten concluir que la IA visual en redes sociales opera como una infraestructura predictiva que automatiza el engagement, estructura la visibilidad y transforma la imagen en un vector de control cultural y afectivo (Farhaoui et al., 2025; Yang, 2025; Bai et al., 2024).

3.5. Asimetrías de poder y gobernanza algorítmica: colonialismo visual y disputa por lo representable

El quinto objetivo específico —explorar las asimetrías de poder derivadas de la gobernanza ejercida por plataformas digitales a través de infraestructuras automatizadas— encuentra un fuerte respaldo en la literatura revisada. Los hallazgos muestran que la IA no solo produce imágenes, sino que distribuye poder simbólico de manera profundamente desigual.

La gobernanza del ecosistema visual contemporáneo se configura como una forma de control semiótico: quien diseña los algoritmos define las condiciones de lo visible. O'Halloran (2022) establece que el poder semiótico reside en quien programa el sistema, ya que la arquitectura algorítmica determina qué signos, cuerpos, territorios e identidades adquieren legitimidad cultural. Así, la IA no es neutral, sino un dispositivo normativo.

Esta dimensión se vuelve particularmente evidente cuando se examinan los sesgos culturales incorporados en los datos de entrenamiento. Yao (2025) critica que los modelos dominantes reproducen imaginarios occidentales, demandando sistemas culturalmente adaptativos para el cine y la producción visual global. En este sentido, la IA opera como un mecanismo de estandarización cultural que puede imponer un "colonialismo algorítmico", donde las periferias quedan representadas desde bases de datos externas.

Un ejemplo contundente de esta asimetría es el hallazgo de Bautista Saucedo y Guzmán Olguín (2025), quienes demuestran que las ciudades periféricas como Tijuana no tienen control sobre su representación digital: los sistemas generativos reproducen clichés de violencia, migración y frontera, reforzando estigmas. Este resultado confirma que la gobernanza visual no es solo tecnológica, sino geopolítica: las plataformas globales producen imaginarios que afectan directamente la identidad colectiva de territorios subalternizados.

La revisión también destaca que estas asimetrías no pueden resolverse únicamente mediante regulación legal, ya que la disputa es cultural y pedagógica. Arıcan (2024) sugiere que la integración de la IA en la educación moral es fundamental para formar ciudadanos capaces de convivir éticamente con agentes artificiales. De forma complementaria, Murillo-Ligorred y Ramos-Vallecillo (2025) insisten en la necesidad de capacitar a docentes para desmontar la mentira visual, incorporando el análisis de deepfakes como estrategia crítica.

Por tanto, la gobernanza algorítmica aparece como uno de los desafíos centrales del ecosistema visual contemporáneo: no se trata solo de controlar tecnologías, sino de democratizar la infraestructura simbólica que define lo representable (O'Halloran, 2022; Bautista Saucedo & Guzmán Olguín, 2025; Yao, 2025).

3.6. Modelo integrador: el ciclo de la realidad sintética como agenda replicable de investigación

En respuesta al sexto objetivo específico —proponer un modelo integrador que conecte producción visual, circulación algorítmica, recepción social y regulación institucional—, la revisión sistemática permite articular un marco teórico denominado "ciclo de la realidad sintética".

Este modelo surge de la integración transversal de los 23 textos analizados y busca ofrecer una agenda replicable para futuros estudios en ciencias sociales, cultura visual y estudios de plataforma. El ciclo describe cómo la IA reconfigura la realidad visual mediante cuatro fases dinámicas:

1. Ingesta sesgada (Input)

La primera fase corresponde al momento en que la realidad es capturada en forma de datos. Sin embargo, esta captura no es neutral: está atravesada por sesgos culturales, geográficos y epistémicos. Bautista Saucedo y Guzmán Olguín (2025) muestran cómo los modelos reproducen imaginarios estigmatizados sobre Tijuana, mientras Thomas y Thomson (2025) evidencian estereotipos profesionales persistentes. Bai et al. (2024) demuestran que incluso la imagen urbana se construye a partir de patrones selectivos de visibilidad. Así, el input algorítmico ya contiene desigualdades estructurales.

2. Procesamiento homogeneizador (Throughput)

En la segunda fase, los algoritmos procesan los datos buscando patrones de máximo engagement. Farhaoui et al. (2025) explican cómo los sistemas de Deep Learning operan como infraestructuras predictivas, mientras Yang (2025) confirma su capacidad para moldear identidades colectivas. Este procesamiento tiende a la repetición estética, conectándose con la lógica del "pastiche" descrita por López Delacruz (2023).

Peña-Cáceres et al. (2025) identifican incluso patrones lingüísticos y visuales repetitivos en textos académicos generados por IA, lo que evidencia una estandarización cultural profunda.

3. Manifestación performativa (Output)

La tercera fase corresponde a los resultados visibles: imágenes sintéticas, identidades filtradas y narrativas persuasivas. Anani et al. (2024) describen la tendencia hacia realidades filtradas, mientras Elyamany et al. (2025) ejemplifican la emergencia de influencers virtuales como Lil Miquela, entidades sin cuerpo biológico pero con agencia social real. Aquí la imagen deja de ser reflejo para convertirse en performance algorítmica.

4. Resistencia y adaptación (Feedback)

Finalmente, la sociedad responde mediante procesos de alfabetización, regulación ética y reapropiación cultural. Murillo-Ligorred y Ramos-Vallecillo (2025) proponen educación crítica frente a deepfakes, mientras Arıcan (2024) enfatiza la formación moral. Román Jaime (2025) y Yao (2025) destacan la necesidad de marcos culturalmente situados, y Winters et al. (2019) muestran posibilidades inclusivas mediante accesibilidad semántica. La resistencia no es externa al ciclo, sino parte constitutiva de su dinámica.

4. Conclusiones

La presente revisión sistemática, desarrollada bajo el protocolo PRISMA, permite concluir que la inteligencia artificial está reconfigurando de manera profunda y estructural el ecosistema visual contemporáneo de las redes sociales. Lejos de limitarse a una innovación técnica aplicada a la producción automatizada de imágenes, la IA se ha consolidado como una infraestructura cultural que transforma simultáneamente los regímenes de autenticidad, las condiciones de credibilidad pública, las formas de construcción identitaria y los modelos emergentes de gobernanza algorítmica.

En respuesta a la pregunta general que guía este trabajo —¿de qué manera la IA, mediante producción sintética, circulación algorítmica y moderación automatizada, transforma las condiciones de autenticidad, confianza, identidad y poder?—, los resultados muestran que la cultura visual en redes sociales atraviesa un desplazamiento ontológico: la imagen deja de funcionar como registro referencial de lo real para convertirse en una performance algorítmica optimizada para la atención y el engagement. Esta transformación implica que el problema contemporáneo ya no reside únicamente en la falsificación puntual, sino en la integración cultural de lo sintético como entorno habitual de experiencia visual.

En primer lugar, respecto al objetivo de sistematizar la producción científica entre 2018 y 2026, se identificó una evolución clara del campo: desde una etapa inicial centrada en los deepfakes como amenaza epistémica y democrática (Vaccari & Chadwick, 2020), hacia enfoques más culturales que interpretan la IA generativa como pastiche y repetición estética (López Delacruz, 2023), hasta llegar a un marco reciente que comprende la IA como infraestructura estructural integrada en la vida urbana, educativa y académica (Demir, 2025; Murillo-Ligorred & Ramos-Vallecillo, 2025; Peña-Cáceres et al., 2025). Esta trayectoria evidencia que la IA ha dejado de ser un fenómeno marginal para convertirse en condición constitutiva del ecosistema visual contemporáneo.

En segundo lugar, la revisión confirma que uno de los efectos más significativos es la erosión de la credibilidad visual. La dificultad para distinguir entre registros auténticos y contenidos sintéticos genera una crisis de confianza que afecta tanto al ámbito político como al educativo. En la esfera pública, la IA puede facilitar procesos de mitificación y "deificación digital", donde la veracidad pierde centralidad frente a la eficacia narrativa (Yeilaghi & Mou, 2025). En el ámbito académico, se detectan patrones lingüísticos y visuales repetitivos en textos generados por IA, lo que obliga a redefinir los criterios de autoría y autenticidad intelectual (Peña-Cáceres et al., 2025). Así, la crisis contemporánea no es solo tecnológica, sino epistemológica y cultural.

En tercer lugar, los hallazgos muestran que la automatización visual produce efectos socioculturales ambivalentes. Por un lado, las redes sociales amplificadas por IA abren nuevas posibilidades de visibilidad y diversificación identitaria, como ilustran los influencers virtuales (Elyamany et al., 2025) o la circulación de narrativas queer en plataformas digitales (Sun et al., 2024). Sin embargo, por otro lado, estos mismos sistemas tienden a reforzar una homogeneización estética global y una "realidad filtrada" orientada a cánones normativos de representación (Anani et al., 2024). La IA actúa, por tanto, como una fuerza simultáneamente productiva y reductora: multiplica imágenes, pero aplana diferencias culturales.

En cuarto lugar, el estudio permite concluir que la circulación visual está gobernada por mecanismos algorítmicos predictivos que automatizan el engagement. Los algoritmos no solo recomiendan imágenes, sino que clasifican, jerarquizan y anticipan comportamientos futuros mediante modelos de Deep Learning (Farhaoui et al., 2025). Esta dimensión predictiva se extiende incluso a la construcción de identidades colectivas, donde las tendencias visuales pueden moldearse algorítmicamente con alta precisión (Yang, 2025). Además, la visibilidad urbana y territorial también se ve mediada por sistemas que determinan qué espacios "existen" simbólicamente para el usuario (Bai et al., 2024). En consecuencia, la imagen digital ya no circula libremente: circula bajo arquitecturas de control automatizado.

En quinto lugar, la revisión evidencia que estas transformaciones generan asimetrías de poder profundas. La gobernanza algorítmica ejercida por plataformas digitales concentra el poder semiótico en quienes diseñan los sistemas (O'Halloran, 2022). Los sesgos en los datos de entrenamiento reproducen imaginarios occidentales dominantes, configurando formas de colonialismo algorítmico (Yao, 2025). Ejemplos como la representación estigmatizada de ciudades periféricas muestran que comunidades enteras pierden control sobre su propia imagen pública (Bautista Saucedo & Guzmán Olguín, 2025). De este modo, la IA no solo reconfigura imágenes, sino también jerarquías culturales y geopolíticas.

Finalmente, como aportación principal, esta revisión propone un modelo integrador denominado "ciclo de la realidad sintética", que conecta cuatro dimensiones dinámicas: ingesta sesgada, procesamiento homogeneizador, manifestación performativa y resistencia/adaptación. Este marco permite comprender cómo la IA articula producción visual, circulación algorítmica, recepción social y regulación institucional en un proceso continuo. Asimismo, el modelo ofrece una agenda replicable para futuros estudios, destacando la necesidad de enfoques interdisciplinarios que integren análisis semiótico, auditoría algorítmica, alfabetización visual crítica y estudios de gobernanza.

La evidencia revisada permite afirmar que la batalla contemporánea por la cultura visual en redes sociales no es meramente técnica, sino profundamente ética, política y semiótica. La IA no solo automatiza la imagen: automatiza las condiciones de lo visible, lo creíble y lo representable. Por ello, las ciencias sociales y los estudios de cultura visual deben situar la gobernanza

algorítmica, la educación crítica y la diversidad cultural como ejes centrales para comprender y orientar el futuro del ecosistema visual en la era de la inteligencia artificial (Murillo-Ligorred & Ramos-Vallecillo, 2025; Arıcan, 2024; Winters et al., 2019).

5. Agradecimientos

La autora/el autor agradece a las personas e instituciones que, de manera directa o indirecta, contribuyeron al desarrollo de este trabajo mediante apoyo académico, orientación metodológica y revisión crítica. Asimismo, se reconoce el valor de la comunidad científica cuyos estudios hicieron posible esta revisión sistemática.

Referencias

Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining, 13*, Article 30. https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5

Anani, P. W., Mintah, F. D., Danso, A. A. A., & Churcher, E. W. (2024). Filtered reality: exploring the motives and socio-demographic factors of smartphone beauty filter usage among university students in Ghana. *Cogent Arts & Humanities*, *11*(1), 2392381. https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2392381

Ara, A., Alam, M. S., Kamrujjaman, & Mifa, A. F. (2024). A comparative review of AI-generated image detection across social media platforms. *Global Mainstream Journal of Innovation, Engineering & Emerging Technology, 3*(1), 11–22.

Arıcan, S. (2024). Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Derslerinde Yapay Zekâ Destekli Modern Öğretim Yaklaşımları. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, *24*(3), 573–614. https://doi.org/10.33415/daad.1591945

Bai, X., Jiao, X., Zhang, P., Sakai, T., & Xu, H. (2024). Public Perception of City Image Hotspots Based on Social Media: A Case Study of Nanjing, China. *IEEE Access*, *12*, 116692–116706. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3445995

Bautista Saucedo, F., & Guzmán Olguín, G. (2025). La generación de estereotipos por parte de la inteligencia artificial. Una mirada reflexiva ante la dependencia tecnológica. *Cuaderno 202*, Eje 1: Materialidad - Desmaterialización. https://doi.org/10.18682/cdc.vi265.12291

Demir, A. (2025). Hakemli Dergi Yayıncılığında Sürekli Yayın Modeli. *Eskiyeni*, *58*, 781-791. https://doi.org/10.37697/eskiyeni.1604909

Dwivedi, U., & Misra, M. (2025). Nature of Users' Persuasion and Exploration in Interactive Storytelling Video Games in the Netflix Games Library. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *41*(16), 10086–10095. https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2430920

Elyamany, N., Youssef, Y. O., & El-karef, N. (2025). A trans-disciplinary forensic study of Lil Miquela's virtual identity performance in Instagram. *AI & SOCIETY*, *40*, 4831–4854. https://doi.org/10.1007/s00146-025-02219-8

Farhaoui, Y., Herawan, T., Imoize, A. L., & El Allaoui, A. (Eds.). (2025). *Intersection of Artificial Intelligence, Data Science, and Cutting-Edge Technologies: From Concepts to Applications in Smart Environment* (Vol. 1). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-88304-0

García-Huete, E., Ignacio-Cerrato, S., Pacios, D., Vázquez-Poletti, J. L., Pérez-Serrano, M. J., Donofrio, A., Cesarano, C., Schetakis, N., & Di Iorio, A. (2025). Evaluating the role of generative AI and color patterns in the dissemination of war imagery and disinformation on social media. *Frontiers in Artificial Intelligence, 7*, Article 1457247. https://doi.org/10.3389/frai.2024.1457247

Laszkiewicz, E. (2023). Virtual influencers as an emerging marketing theory: A systematic literature review. *International Journal of Consumer Studies*.

López Delacruz, S. (2023). A paradoxical link: Audiovisual narratives generated by artificial intelligence, between pastiche and cancellation of the futures. *Hipertext.net, (26)*, 31–35. https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.05

Maldonado-Canca, L.-A., Casado-Molina, A.-M., Cabrera-Sánchez, J.-P., & Bermúdez-González, G. (2024). Beyond the post: An SLR of enterprise artificial intelligence in social media. *Social Network Analysis and Mining, 14*, Article 219. https://doi.org/10.1007/s13278-024-01382-y

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The Prisma Group. (2009). Preferredreporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine, 6*(7), e1000097. https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097

Monahan, L., Martin, M., Zaitsev, A., Bartelt, V., & Rahman Noordeen, A. (2025). Do I spy AI? The impact of AI-generated images on trust and donation behaviors. *First Monday*, *30*(4). https://doi.org/10.5210/fm.v30i4.13799

Morejón-Llamas, N., Ramos-Ruiz, Á., & Cristòfol, F.-J. (2024). Institutional and politicalcommunication on TikTok: Systematic review of scienti fic production in Web ofScience and Scopus. *Communication & Society, 37*(2), 159–177. https://doi.org/10.15581/003.37.2.159-177

Murillo-Ligorred, V., & Ramos-Vallecillo, N. (2025). La categorización de los deepfakes mediante una investigación cualitativa para la formación de maestros: de la crítica a la creatividad en la inteligencia artificial. *Communiars. Revista de Imagen, Artes y Educación Crítica y Social*. https://dx.doi.org/10.12795/Communiars.2025.i14.03

Nightingale, S. J., & Farid, H. (2022). AI-synthesized faces are indistinguishable from real faces and more trustworthy. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 119*(8), Article e2120481119. https://doi.org/10.1073/pnas.2120481119

O'Halloran, K. L. (2022). Matter, meaning and semiotics. *Visual Communication*, *22*(1), 174-201. 10.1177/14703572221128881

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., Stewart, L. A., Thomas, J., Tricco, A. C., Welch, V. A., Whiting, P., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ, 372*, n71. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Pardal-Refoyo, J. L., & Pardal-Peláez, B. (2020). Anotaciones para estructurar una revisión sistemática. *Revista ORL, 11*(2), 155–160. https://doi.org/10.14201/orl.22882

Peña-Cáceres, O., Sánchez-Rogel, E., Barros-Naranjo, J., Silva-Marchan, H., Espinoza-Nimas, R., & Correa-Calle, T. (2025). Patrones Lingüísticos y Visuales de ChatGPT en la Educación Superior: Un Análisis de su Uso en Tesis de Pregrado y Posgrado. *Visual Review*, *17*(3). https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5403

Peña-Fernández, Simón; Meso-Ayerdi, Koldobika; Larrondo-Ureta, Ainara; Díaz-Noci, Javier (2023). Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media. *Profesional de la información*, *32*(2), e320227. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27

Pérez Nanclares, C. M., & Del Blanco García, F. L. (2025). Arquitectura y Cultura Visual en la Era de la IA: El Rol del Diseño Generativo. *Visual Review*, *17*(8). https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.6136

Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practicalguide.* Oxford: Blackwell

Ramírez Mercado, M. del R. (2025). La cultura visual en el diseño editorial en los espacios virtuales. *Cuaderno 202*, Eje 1: Materialidad - Desmaterialización.

Román Jaime, M. V. (2025). La reflexión ética de la sociedad japonesa sobre el uso de la inteligencia artificial a través del manga y el anime. *European Public & Social Innovation Review*, *10*, 01-16. https://doi.org/10.31637/epsir-2025-942

Sanchez-Acedo, A., Carbonell-Alcocer, A., Gertrudix, M., & Rubio-Tamayo, J. L. (2024). Retos de la alfabetización mediática e informacional en la ecología de la inteligencia artificial: Deepfakes y desinformación. *Communication & Society, 37*(4), 223–239. https://doi.org/10.15581/003.37.4.223-239

Siddaway, A. P., Wood, A. M., & Hedges, L. V. (2019). How to do a systematic review: A best practice guide for conducting and reporting narrative reviews, meta-analyses, and meta-syntheses. *Annual Review of Psychology, 70*(1), 747–770. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803

Sun, W., Abdullah, K., & Ong, S. Y. Y. (2024). Symbolic Construction of Queer Identities in Victorian Queer Cinema. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, *16*(5), 149–162. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5308

Thomas, R. J., & Thomson, T. J. (2025). What Does a Journalist Look like? Visualizing Journalistic Roles through AI. *Digital Journalism*, *13*(4), 631–653. https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2229883

Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, January-March 2020, 1–13. https://doi.org/10.1177/2056305120903408

Varsha, P. S., Akter, S., Kumar, A., Gochhait, S., & Patagundi, B. (2021). The impact of artificial intelligence on branding: A bibliometric analysis (1982–2019). *Journal of Global Information Management, 29*(4), 221–247. https://doi.org/10.4018/JGIM.20210701.oa10

Winters, R. M., Joshi, N., Cutrell, E., & Morris, M. R. (2019). Strategies for Auditory Display of Social Media. *Ergonomics in Design*, *27*(1), 11–15. https://doi.org/10.1177/1064804618788098

Yang, J., Liu, T., Luo, Y. T., & Pang, P. C.-I. (2025). Deep learning in cultural imagery dissemination: A systematic scoping review of AI-driven visual transmission mechanisms. *Frontiers in Communication, 10*, Article 1645168. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1645168

Yang, Q. (2025). The role of social media in shaping visual culture and identity using machine learning methods with featuring engineering. *Alexandria Engineering Journal*, *120*, 349–357. https://doi.org/10.1016/j.aej.2025.02.025

Yao, Y. (2025). Culturally Adaptive Integration of Generative AI in Film Production and Education. *2025 7th International Conference on Internet of Things, Automation and Artificial Intelligence (IoTAAI)*. IEEE.

Yeilaghi, N., & Mou, Y. (2025). Artificial Intelligence and Digital Deification: Examining the Construction of Donald Trump's Superhuman Persona. *Javnost - The Public*, *32*(1), 115–139. https://doi.org/10.1080/13183222.2025.2478787