

Estudio sobre el uso de la IA en **comunicación cultural,** **marketing** y **desarrollo de públicos**

2026



Artes escénicas

Música

Museos

LA PROMESA DE LA EFICIENCIA: INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CONDICIONES LABORALES EN AMÉRICA LATINA

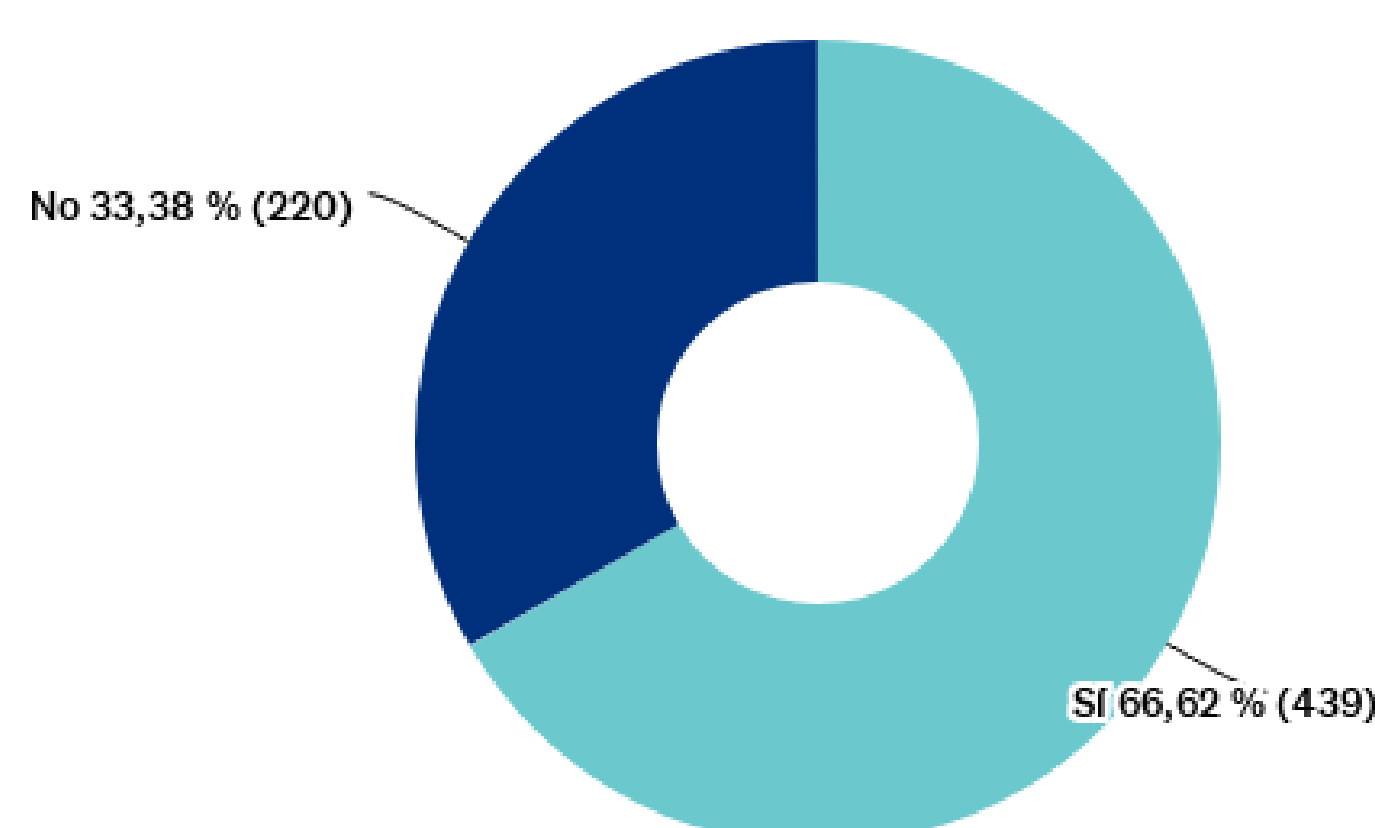
Por Zavel Castro

El reciente estudio sobre **uso de la IA en comunicación cultural, marketing y desarrollo de públicos** impulsado en 2026 por **REDLAP** y **Asimétrica** ofrece claves para interpretar la postura generalizada del medio ante la posibilidad de integrar herramientas de Inteligencia Artificial en tres áreas estratégicas de cualquier institución.

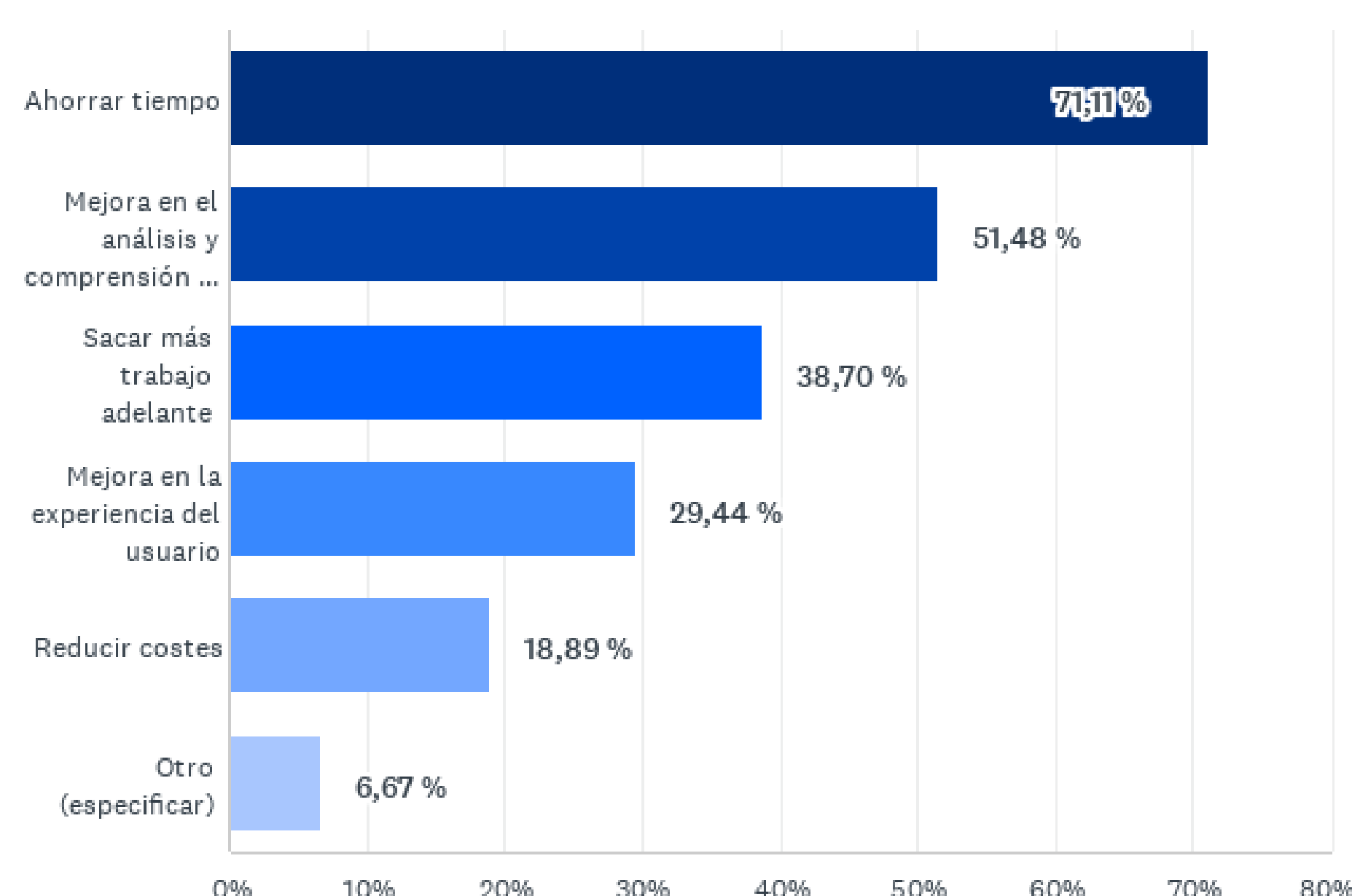
Para extraer conclusiones propositivas sobre los resultados es preciso analizarlos desde una perspectiva crítica y situar la IA en el contexto en el que se pretenden implementar. Me centraré en los hallazgos que, a mi parecer, constatan tanto la necesidad de aprovecharla como las resistencias que persisten frente a su integración en los flujos de trabajo.

El primer dato corresponde a la declaración de un alto porcentaje de las personas encuestadas –dos de cada tres- de aprovechar la IA en sus actividades profesionales y el segundo a la razón principal para hacerlo: ahorrar tiempo.

P1 ¿Actualmente utilizas alguna herramienta de IA para trabajos de desarrollo de públicos, marketing y comunicación cultural?



P7 ¿Cuál es/sería el principal motivo para ti a la hora de explorar o adoptar la IA para trabajos de marketing y comunicación? (Escoger hasta 3 opciones)



Fuente: Estudio sobre el uso de la IA en comunicación cultural, marketing y desarrollo de públicos 2026

Es imposible no vincular estas respuestas con el deterioro de las organizaciones y, en particular, con las condiciones laborales de buena parte de las trabajadoras y los trabajadores de la cultura en América Latina.

La proliferación de cuentas en redes sociales dedicadas a señalar la exigencia permanente de rendimiento, la inequidad en la administración de recursos, la opacidad estructural, los mecanismos de validación, la inestabilidad económica y la falta de oportunidades, en museos, recintos musicales y espacios escénicos, junto con la apertura creciente de foros y espacios de reflexión sobre las desigualdades del sistema artístico, evidencian la vulnerabilidad de quienes han encontrado en la IA un recurso para aligerar las tareas cotidianas.

Sin embargo, en un entorno atravesado por la precarización y la explotación, optimizar el tiempo no equivale necesariamente a mejorar el clima laboral, por el contrario, puede convertirse en un nuevo pretexto para asignar más trabajo en menos tiempo, acelerar la producción y elevar las exigencias. Así, la promesa de la eficiencia corre el riesgo de convertirse en una razón para justificar la sobrecarga.

Mi intención al hacer esta lectura no es desmotivar la integración de la Inteligencia Artificial en las áreas de las que se ocupa la muestra, sino llamar la atención sobre las dinámicas que predominan en el ámbito cultural, puesto que de ellas depende que quienes podrían beneficiarse de la automatización de determinadas funciones dejen de percibirla como una amenaza. En suma, se trata de promover una

reforma estructural que no dependa únicamente de voluntades personales, sino de políticas que garanticen que la implementación de nuevas tecnologías impacte positivamente en el desempeño laboral y contribuya, incluso, a recuperar el disfrute de participar activamente en el desarrollo cultural de la región.



Zavel Castro (México)

Historiadora, crítica y curadora de teatro. Consultora en desarrollo de públicos para organizaciones culturales. Coordinadora de comunicación en el Festival Internacional de Cine y Narrativas de No Ficción DOQUMENTA.

Estudio sobre uso de la IA en comunicación cultural, marketing y desarrollo de públicos 2026

Dirección del estudio
Raúl Ramos

Equipo conductor
Aída Barrera, Zavel Castro, Clara G. Ajenjo, Javier Ibacache, Rafael Molina y Robert Muro.

La coordinación técnica de la consulta ha sido realizada por **REDLAP** - Red Latinoamericana de Profesionales para el Desarrollo de Públicos - y por **Asimétrica** - investigadores para el sector cultural en España; con la asistencia de HdK, autores del estudio original en el Reino Unido.

Más información en:
asimetrica.org
redlap.org

Septiembre 2026