

DESAFÍOS ÉTICOS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LAS NUEVAS FORMAS ORGANIZACIONALES

Karina Castillo Martínez¹, Juan Antonio Aguilar Rodríguez¹, Ana Silvia Madrigal Rentería²

¹Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Mazatlán (MÉXICO)

²Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Culiacán (MÉXICO)

Resumen

La inteligencia artificial generativa (IAG) está revolucionando la forma en que las organizaciones crean contenido, impulsando la innovación y la eficiencia en múltiples sectores. Sin embargo, su adopción también plantea una serie de desafíos éticos significativos que requieren atención y consideración cuidadosa. Este artículo explora los principales dilemas éticos relacionados con la IAG en el contexto de las nuevas formas organizacionales derivado de su mayor flexibilidad y adaptabilidad con relación a las estructuras tradicionales. A medida que las organizaciones adoptan modelos ágiles, planos y basados en proyectos, la integración de la IAG puede transformar procesos creativos, pero también complica cuestiones de autenticidad y propiedad intelectual. Además, la capacidad de la IAG para generar contenido convincente puede ser explotada para crear desinformación, erosionando la confianza en la comunicación organizacional. Por otra parte, el impacto en el empleo es preocupante, ya que la automatización de tareas creativas podría llevar a la eliminación de puestos en sectores donde la creatividad humana es esencial. Asimismo, el sesgo en los datos de entrenamiento puede perpetuar la discriminación, lo que es especialmente preocupante en organizaciones que valoran la diversidad. A través de una evaluación de estos desafíos éticos, este artículo argumenta de manera puntal la importancia de que las organizaciones adopten un enfoque proactivo hacia la ética de la IAG, estableciendo políticas claras y fomentando una cultura de responsabilidad. Solo así podrán maximizar los beneficios de estas tecnologías mientras mitigan sus riesgos y aseguran un entorno de trabajo justo y equitativo.

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa, ética, nuevas formas organizacionales.

Abstract

Generative artificial intelligence (GAI) is revolutionizing the way organizations create content, driving innovation and efficiency across multiple sectors. However, its adoption also poses a few significant ethical challenges that require careful attention and consideration. This article explores the main ethical dilemmas associated with GAI in the context of new organizational forms, stemming from its increased flexibility and adaptability compared to traditional structures. As organizations embrace agile, flat, and project-based models, the integration of GAI can transform creative processes, but it also complicates issues of authenticity and intellectual property. Additionally, the ability of GAI to generate convincing content can be exploited to create misinformation, eroding trust in organizational communication. Furthermore, the impact on employment is concerning, as the automation of creative tasks could lead to job loss in sectors where human creativity is essential. Bias in training data can perpetuate discrimination, which is especially troubling in organizations that value diversity. Through an evaluation of these ethical challenges, this article argues for the importance of organizations adopting a proactive approach to GAI ethics, establishing clear policies, and fostering a culture of responsibility. Only then can they maximize the benefits of these technologies while mitigating their risks and ensuring a fair and equitable work environment.

Keywords: Generative artificial intelligence, ethics, new organizational forms.

1 INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial generativa (IAG) ha emergido como una de las tecnologías innovadoras y transformadoras del siglo XXI, con aplicaciones que abarcan desde la creación de texto y arte hasta la producción musical y el diseño gráfico. A medida que las organizaciones buscan maneras de innovar y mejorar la eficiencia, la IAG se presenta como una herramienta poderosa que puede cambiar radicalmente la forma en que se llevan a cabo las operaciones creativas. Sin embargo, junto con las oportunidades que ofrece, la IAG también plantea una serie de desafíos éticos que deben ser considerados cuidadosamente. Estos desafíos son especialmente relevantes en el contexto de las nuevas formas organizacionales, que están caracterizadas por su flexibilidad, adaptabilidad y un enfoque en la colaboración y la autoorganización. Las nuevas formas organizacionales han surgido en respuesta a un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo [1]. Estas estructuras no son simplemente una reacción a las necesidades del mercado; representan un cambio fundamental en cómo se concibe el trabajo y la colaboración. Organizaciones ágiles, planas, basadas en proyectos y modelos híbridos se están volviendo comunes, y cada una de estas estructuras tiene sus propias dinámicas y requerimientos. La integración de la IAG en estos entornos organizacionales plantea preguntas cruciales sobre la autenticidad del contenido, la propiedad intelectual, la transparencia y la responsabilidad [2]. En un mundo donde la comunicación rápida y efectiva es esencial, la capacidad de la IAG para producir contenido convincente puede ser una ventaja significativa. Sin embargo, esta misma capacidad puede ser utilizada de manera irresponsable, llevando a la creación de desinformación o contenido manipulativo. La propagación de información falsa puede tener consecuencias devastadoras, no solo para las organizaciones en sí, sino también para la confianza pública en las instituciones. Por lo tanto, es vital que las organizaciones establezcan pautas claras para el uso de la IAG en la comunicación, asegurando que se mantenga la integridad y la ética en todas las interacciones [3].

1.1 Nuevas formas organizacionales

Estas formas organizacionales buscan crear un ambiente más dinámico, donde los empleados estén motivados y alineados con los objetivos de la organización. Mintzberg describe cómo las organizaciones pueden estructurarse de maneras no convencionales, sugiriendo que las nuevas formas organizacionales se caracterizan por ser flexibles y adaptativas. Propone que, en lugar de una jerarquía rígida, las organizaciones modernas pueden adoptar estructuras planas y equipos de trabajo que fomenten la colaboración y la innovación [4]. Por su parte Hamel argumenta que la innovación en la estructura organizacional es clave para la competitividad, sugiere que las organizaciones deben moverse hacia formas menos jerárquicas y más participativas, donde el empoderamiento de los empleados y la toma de decisiones descentralizada se convierten en el centro de la cultura organizativa [5]. Desde la perspectiva de Laloux propone el concepto de organizaciones "teal", que se basan en la autogestión, la plenitud y un propósito evolutivo. Estas organizaciones buscan eliminar jerarquías y fomentar un entorno en el que los empleados puedan contribuir plenamente a su trabajo y a la misión de la organización [6]. Finalmente, Pink aborda la importancia de la autonomía, la maestría y el propósito en el trabajo. Desde su perspectiva, las nuevas formas organizacionales deben permitir a los empleados tener más control sobre su trabajo y alinearse con un propósito mayor, lo que resulta en un compromiso y motivación más profundos [7].

1.1.1 Características de las nuevas formas organizacionales

Las nuevas formas organizacionales se refieren a estructuras y modelos de gestión que se alejan de las jerarquías tradicionales y rígidas, buscando mayor flexibilidad, agilidad y adaptación a un entorno cambiante. Algunas características incluyen [4]:

- **Estructuras Planas:** Reducción de niveles jerárquicos para facilitar la comunicación y la rápida y eficiente toma de decisiones.
- **Autogestión:** Equipos que tienen la autonomía para tomar decisiones sin necesidad de aprobación de niveles superiores, fomentando la responsabilidad y el compromiso.
- **Colaboración y Trabajo en Equipo:** Enfoque en el trabajo multidisciplinario, donde se valora la diversidad de habilidades y perspectivas.

- **Enfoque en el Propósito:** Organizaciones que operan con un sentido claro de misión y valores, buscando un impacto positivo más allá del beneficio económico.
- **Adaptabilidad:** Capacidad de responder rápidamente a cambios en el mercado o en el entorno operativo, utilizando metodologías ágiles.
- **Tecnología y Digitalización:** Uso de herramientas digitales que facilitan la comunicación, el trabajo remoto y la colaboración en tiempo real.

1.2 Las compañías tecnológicas y las nuevas formas organizacionales

Las nuevas formas organizacionales han surgido en respuesta a la rápida evolución del entorno empresarial, impulsadas por la digitalización y la innovación tecnológica, permitiendo a empresas como **Spotify, Netflix, Amazon, Google, Microsoft, Twitter y Salesforce** adoptar estructuras ágiles, colaborativas y menos jerárquicas [8]. Estas compañías implementan equipos autónomos y multidisciplinarios que trabajan en ciclos cortos para innovar rápidamente y adaptarse a las tendencias del mercado. Además, promueven una cultura de innovación y aprendizaje continuo, donde se alienta a los empleados a experimentar [5]. La flexibilidad laboral, potenciada por el trabajo remoto, ha mejorado la satisfacción y retención del talento. Asimismo, hay un creciente enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social, integrando prácticas responsables en su modelo de negocio. Estas organizaciones también utilizan tecnología avanzada para optimizar procesos y fomentar la colaboración externa, buscando alianzas con startups y universidades. En conjunto, estos enfoques reflejan una transformación hacia modelos dinámicos que mejoran la eficiencia operativa y crean entornos de trabajo más atractivos y sostenibles en la era digital [8].

1.3 Inteligencia Artificial Generativa

Las redes neuronales artificiales, inspiradas en el funcionamiento del cerebro humano, están compuestas por elementos que imitan el comportamiento de las neuronas en sus funciones más básicas y se organizan de manera similar a como lo hace el cerebro. Estas redes han mejorado la capacidad de la inteligencia artificial (IA) para aprender de la información, replicando el proceso del órgano que las inspiró [9]. Derivando en tecnologías como la IAG la cual es una rama de la IA que se centra en la creación de contenido nuevo y original. Goodfellow define la IAG como un enfoque que utiliza dos redes neuronales en competencia: una que genera contenido y otra que evalúa la autenticidad del contenido generado. Esto permite crear datos nuevos y realistas al aprender de un conjunto de datos existente [10]. Por su parte Schmidhuber sugiere que la IAG no solo replica patrones existentes, sino que también puede innovar, creando nuevas combinaciones y soluciones. Destaca su potencial para generar arte, música y otros tipos de contenido [11]. En ese sentido, Bengio ha explorado el potencial de la IAG para modelar la complejidad del mundo real. Define la IAG como una herramienta poderosa para entender y simular fenómenos complejos, lo que puede tener aplicaciones en diversas áreas, desde la ciencia hasta el entretenimiento [10]. De igual forma, Musk ha expresado su visión sobre la IAG en términos de su impacto en la sociedad. Advierte sobre los riesgos de una IA que puede crear contenido de manera autónoma, señalando la necesidad de regulaciones y consideraciones éticas, especialmente en la generación de información y medios [12].

1.3.1 Aspectos clave de la inteligencia artificial generativa

1. **Funcionamiento:** Utiliza modelos de aprendizaje profundo, como redes neuronales generativas adversariales (GANs) y modelos de lenguaje como GPT, para aprender patrones a partir de grandes conjuntos de datos y generar nuevos ejemplos que sean coherentes con esos patrones.
2. **Aplicaciones:**
 - **Texto:** Creación de artículos, historias, poesía, y chatbots conversacionales.
 - **Imágenes:** Generación de arte, edición de fotos, y creación de imágenes a partir de descripciones textuales.
 - **Música:** Composición de canciones y melodías.
 - **Videojuegos:** Generación de entornos y personajes de manera procedural.

3. **Impacto:** La (IAG) está transformando industrias creativas, facilitando la producción de contenido y aumentando la eficiencia. También plantea preguntas éticas sobre la propiedad intelectual y la autenticidad del contenido generado.
4. **Desafíos:** A pesar de sus ventajas, hay preocupaciones sobre el uso indebido, como la creación de desinformación o contenido ofensivo, así como la necesidad de supervisión y control en su implementación.

La (IAG) representa una frontera desafiante en el campo de la IA, con un amplio potencial para innovar y transformar diversas disciplinas [1].

1.4 La ética en la inteligencia artificial

Los especialistas en IA abordan la ética desde diversas perspectivas, enfatizando la necesidad de establecer la responsabilidad y la rendición de cuentas en las decisiones tomadas por sistemas de IA, así como la importancia de la transparencia en su funcionamiento para generar confianza [13]. La preocupación por los sesgos en los datos de entrenamiento es prominente, ya que estos pueden perpetuar desigualdades y discriminación en sectores críticos como el empleo y la justicia. Además, la recopilación y uso de datos personales plantean serias preocupaciones éticas, lo que hace necesaria la implementación de prácticas robustas de protección de datos [14]. Los efectos de la automatización y la IA en el empleo son igualmente relevantes, ya que los expertos sugieren anticipar y mitigar la pérdida de trabajos mediante la capacitación y reeducación. Asimismo, la capacidad de la IA para generar contenido convincente puede ser utilizada para difundir desinformación, lo que requiere estrategias para combatir este riesgo [15]. Finalmente, algunos especialistas subrayan la importancia de desarrollar la IA de manera sostenible, considerando su impacto ambiental y social a largo plazo, priorizando así la responsabilidad, la transparencia y la equidad para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos de esta tecnología [16].

1.5 Dimensiones éticas de la inteligencia artificial

Una dimensión ética se refiere a un aspecto o área específica de consideración moral que guía el comportamiento humano y las decisiones en un contexto determinado. Estas dimensiones son fundamentales para comprender cómo se formulan juicios éticos y se toman decisiones responsables [17]. En el ámbito de la ética, abarcan factores como la justicia, la responsabilidad, la transparencia, la equidad y la privacidad, que influyen en lo que se considera correcto o incorrecto. Al analizar una situación, es esencial evaluar estas dimensiones para asegurarse de que las decisiones se alineen con valores morales y principios éticos, promoviendo así un comportamiento consciente y responsable [18]. Con base en lo antes dicho en el contexto de la IA han surgido las dimensiones que se describen a continuación:

Las dimensiones éticas de la IA abarcan varios aspectos fundamentales que son esenciales para su desarrollo y uso responsable. Entre ellos se encuentran la **responsabilidad y rendición de cuentas**, que aborda quién es responsable de las decisiones tomadas por los sistemas de IA y cómo se asegura que haya mecanismos para rendir cuentas. La **transparencia** es crucial para que los algoritmos y sus decisiones sean comprensibles y accesibles para los usuarios. También es importante la **justicia y equidad**, garantizando que los sistemas no perpetúen sesgos ni discriminen a ciertos grupos. La **privacidad** se refiere a la protección de datos personales y la gestión ética de la información recopilada. Además, la **seguridad** es necesaria para proteger los sistemas de IA contra usos malintencionados. El **impacto social** considera cómo la IA afecta a la sociedad, incluyendo su efecto en el empleo y la economía. La **desinformación** aborda el riesgo de que la IA se utilice para crear contenido engañoso, mientras que la **sostenibilidad** evalúa el impacto ambiental y social de estas tecnologías. Finalmente, el **consentimiento informado** asegura que los usuarios comprendan cómo se utilizan sus datos y la tecnología de IA, promoviendo un uso ético y responsable [18].

2 METODOLOGÍA

La metodología adoptada en el desarrollo de este artículo facilitó una exploración exhaustiva y rigurosa del tema de los retos éticos asociados con la IAG. A través de un proceso que incluyó la revisión de literatura, la formulación de preguntas de investigación, y la recolección y análisis de datos, se logró abordar de manera integral las complejidades éticas en este ámbito. Cada etapa del proceso se llevó a cabo con un

enfoque sistemático y cuidadoso, lo que permitió profundizar en los diferentes aspectos éticos que surgen con la implementación de la IAG en entornos organizacionales. Este enfoque no solo contribuye a una mejor comprensión del tema, sino que también establece un marco sólido para futuras investigaciones en esta área en constante evolución. De esta manera, se busca cimentar bases que puedan guiar el desarrollo de políticas y prácticas éticas en el uso de la IA.

2.1.1 Revisión de Literatura

La primera etapa de la metodología consistió en la revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema en cuestión. En este caso, se llevó a cabo una revisión de estudios previos que abordan tanto la IAG como los aspectos éticos relacionados con su uso en entornos organizacionales. Este proceso implicó: La búsqueda de fuentes, categorización de la información y análisis crítico.

2.1.2 Formulación de preguntas de investigación.

Una vez completada la revisión de la literatura, se formularon preguntas de investigación las cuales guiarían el desarrollo de este artículo. Las preguntas se basaron en las tendencias y preocupaciones identificadas en la literatura. Con base en lo anterior, se obtuvieron las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿De qué manera pueden las organizaciones garantizar la transparencia en los procesos de toma de decisiones automatizados?
2. ¿Cómo afecta la propiedad intelectual a la creatividad en el uso de la IAG?
3. ¿Qué medidas se pueden implementar para mitigar el riesgo de desinformación generada por la IAG?

2.1.3 Recolección de datos.

Entrevista: Se diseñó una entrevista semiestructurada dirigida a profesionales y académicos en el campo de la IA, ética y gestión organizacional. Cada entrevista tuvo una duración de entre 30 y 45 minutos aproximadamente. La entrevista se estructuró en un guión de cuatro ejes derivados de las preguntas de investigación formuladas previamente, los cuales se detallan a continuación:

- a. Eje n° 1: Conocimiento general del tema.
- b. Eje n° 2: La IAG en la cultura de las nuevas formas organizacionales.
- c. Eje n° 3: La ética y su alcance respecto a la IAG.
- d. Eje n° 4: Preocupaciones e inquietudes relacionadas con el tema.

Esta herramienta permitió recopilar opiniones y experiencias de expertos sobre los desafíos éticos de la IAG.

Análisis de Datos Secundarios: Se revisaron informes, documentos y marcos normativos de entidades que regulan el uso de la IA y la ética en la tecnología. Esto ayudó a contextualizar el análisis dentro de un marco más amplio.

2.1.4 Análisis de resultados.

Categorización Temática: Los datos se organizaron en categorías que reflejan los principales desafíos éticos identificados en la revisión de literatura. Esto facilitó la comparación entre la teoría y la práctica.

Análisis Comparativo: Se realizó un análisis comparativo entre las respuestas obtenidas de los expertos y las soluciones propuestas en la literatura. Esto permitió identificar coincidencias y discrepancias, así como evaluar la eficacia de las estrategias sugeridas.

Reflexión Crítica: Se llevó a cabo una reflexión crítica sobre los datos y las fuentes consultadas, evaluando cómo se alinean con las preguntas de investigación formuladas y qué nuevas perspectivas podrían emerger.

3 RESULTADOS

Para obtener una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias de los profesionales en el campo de la IAG, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con un grupo diverso de 20 expertos

[Tabla 1]. Este grupo incluyó gerentes de tecnología, especialistas en ética y representantes de recursos humanos, quienes aportaron diferentes perspectivas sobre el uso y los desafíos de la IA en sus respectivas áreas [Gráfico 1].

Tabla 1: Perfil de los Entrevistados.

Categoría	Número de Entrevistados
Gerentes de Tecnología	8
Especialistas en Ética	6
Recursos Humanos	4
Otros	2
Total	20

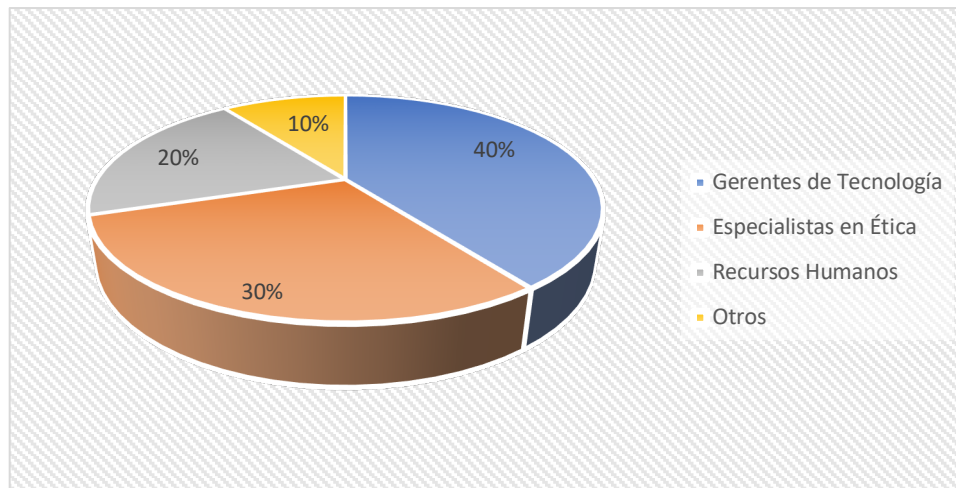


Gráfico 1: Porcentaje por perfil de los entrevistados.

Las entrevistas fueron diseñadas para explorar no solo los beneficios de la IAG, sino también las preocupaciones éticas y operativas que surgen con su implementación. A lo largo de las conversaciones, los expertos compartieron sus experiencias y reflexiones sobre temas como la transparencia en los algoritmos, la necesidad de políticas claras sobre propiedad intelectual y los riesgos de desinformación. Además, se discutieron las implicaciones para el empleo y la importancia de abordar los sesgos en los datos.

A continuación, se presentan los resultados de estas entrevistas, que ofrecen una visión detallada y matizada de las inquietudes y expectativas de los profesionales en relación con la IAG.

Éstas revelaron varios desafíos éticos significativos asociados con la IAG, los cuales son cruciales para comprender su impacto en las organizaciones modernas. Los expertos coincidieron en que la integración de la IAG plantea preocupaciones complejas que van más allá de su implementación técnica. Entre los desafíos destacados, se mencionaron temas como la propiedad intelectual, donde la falta de claridad sobre la autoría del contenido generado suscita incertidumbres legales. También se discutieron los riesgos de desinformación, ya que la capacidad de la IAG para crear contenido convincente puede ser utilizada de manera malintencionada. Además, la falta de transparencia en los procesos de toma de decisiones automatizadas genera inquietudes sobre la rendición de cuentas. Otros desafíos incluyen la protección de la privacidad de los datos y la posible perpetuación de sesgos. A continuación, se muestra una tabla que resume los principales desafíos mencionados por los entrevistados, proporcionando una visión clara de estas preocupaciones [Tabla 2].

Tabla 2: Desafíos éticos de la IAG.

Desafío ético	Número de menciones
Propiedad intelectual	15
Desinformación	12
Falta de transparencia	10
Privacidad y seguridad de datos	14
Uso malintencionado de contenido	8

3.1.1 Análisis de resultados.

Con base en el análisis de los datos presentados en la [Tabla 2], a continuación se presentan los resultados obtenidos del [Gráfico 2]:

Los resultados de las entrevistas indican que la **propiedad intelectual** es el desafío ético más mencionado, con un 75% de los entrevistados señalando su preocupación. Esto resalta la incertidumbre que rodea quién posee el contenido generado por IA y las implicaciones legales que esto conlleva.

La **desinformación** fue otro tema de preocupación significativo, mencionado por el 60% de los expertos. Los entrevistados expresaron su temor de que la capacidad de la IAG para crear contenido convincente pueda ser utilizada para engañar a los consumidores o manipular la opinión pública.

La **falta de transparencia** en los procesos de toma de decisiones automatizados también se destacó, con un 50% de menciones. Muchos entrevistados señalaron la necesidad de que las organizaciones sean más claras sobre cómo se utilizan los algoritmos y qué datos alimentan las decisiones.

El **uso mal intencionado de contenido** con el 40% de menciones, ha sido uno de los temas expuestos por los expertos debido a que afirman que en la actualidad la IAG puede generar desde contenido fraudulento hasta datos para la suplantación de identidad lo que implica a delitos de carácter jurídicos graves.

Finalmente, la **privacidad y seguridad de datos** fueron señaladas por el 70% de los entrevistados como una preocupación crítica, enfatizando la necesidad de manejar la información personal de manera responsable y ética.

Los hallazgos obtenidos a través de las entrevistas subrayan la importancia de abordar los desafíos éticos de manera proactiva. Las organizaciones deben establecer políticas claras y marcos de trabajo que aborden estas preocupaciones, promoviendo una cultura de responsabilidad y transparencia. Además, las entrevistas sugieren que una mayor capacitación y concienciación sobre el uso ético de la IAG es crucial para mitigar los riesgos identificados.

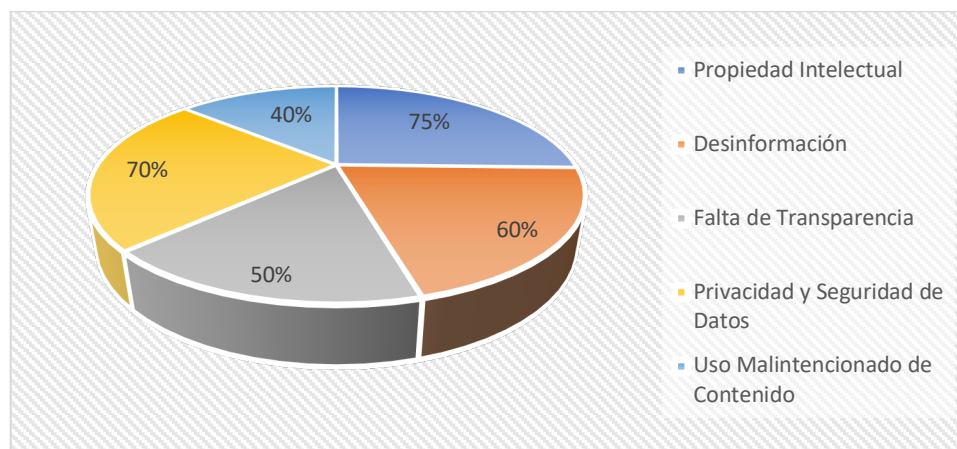


Gráfico 2: Porcentaje por desafío ético.

Basado en los resultados, se recomienda a las organizaciones implementar estrategias que permitan:

1. **Desarrollar marcos legales claros** sobre la propiedad intelectual relacionada con el contenido generado por IA.
2. **Implementar sistemas de verificación** para identificar y mitigar la desinformación.
3. **Promover la transparencia** en los procesos de decisión automatizados, asegurando que los empleados y consumidores comprendan cómo se toman las decisiones.
4. **Establecer políticas robustas** para la protección de datos y la privacidad, cumpliendo con normativas vigentes.
5. **Crear mesas de trabajo y foros consultivos** que involucren tanto a las organizaciones como gobiernos y desarrolladores con el propósito de generar estrategias para hacer frente al uso malintencionado de contenido.

4 CONCLUSIONES

La IAG representa una de las innovaciones más prometedoras y disruptivas en el ámbito tecnológico, especialmente en el contexto de las nuevas formas organizacionales. Sin embargo, su adopción y uso plantean un conjunto complejo de desafíos éticos que deben ser abordados de manera integral.

La metodología de investigación empleada en este artículo ha permitido desentrañar estos desafíos, ofreciendo una comprensión más profunda de las implicaciones de la IAG en las organizaciones contemporáneas.

Con base en la reflexión crítica sobre los datos emitidos en las entrevistas y en las fuentes literarias consultadas, evaluando cómo se alinean con las preguntas de investigación formuladas y qué nuevas perspectivas podrían emerger. Se encontraron los siguientes hallazgos:

Uno de los hallazgos más significativos es la ambigüedad que rodea la propiedad intelectual. La capacidad de la IAG para generar contenido original plantea preguntas cruciales sobre la autoría y los derechos de uso. A medida que las organizaciones dependen cada vez más de herramientas generativas para producir textos, imágenes y otros formatos de contenido, surge la necesidad de establecer marcos legales claros que definan quién es el propietario del contenido generado.

Esta situación se complica aún más en un entorno donde la colaboración y el trabajo en equipo son la norma, lo que podría dar lugar a disputas sobre la autoría y la propiedad de las creaciones generadas por algoritmos. La falta de claridad en este aspecto no solo puede generar conflictos legales, sino también desincentivar la innovación y la creatividad, ya que los creadores pueden sentirse desmotivados si no están seguros de poder beneficiarse de su trabajo.

La desinformación es otro desafío ético significativo que se ha destacado en este trabajo de investigación. La capacidad de la IAG para crear contenido que parece auténtico puede ser utilizada de manera malintencionada para difundir información errónea, lo que puede tener consecuencias perjudiciales tanto a nivel organizacional como societal. La proliferación de noticias falsas y la manipulación de imágenes y videos pueden socavar la confianza pública en las instituciones y las organizaciones, afectando su reputación y credibilidad. Por lo tanto, es fundamental que las organizaciones adopten políticas proactivas para mitigar estos riesgos. Esto incluye no solo la implementación de herramientas tecnológicas que puedan identificar y flagrar contenido generado por IA, sino también la creación de una cultura organizacional que priorice la ética y la responsabilidad en el uso de estas tecnologías.

La transparencia y la responsabilidad son pilares críticos en la adopción de la IAG. A medida que las decisiones se automatizan y los algoritmos influyen en la estrategia organizacional, la falta de claridad sobre cómo se toman esas decisiones puede generar desconfianza entre los empleados y los stakeholders. Las organizaciones deben esforzarse por ser transparentes en el uso de la IAG, documentando los procesos y decisiones generadas por estas tecnologías. Esto no solo fomenta la confianza, sino que también permite la rendición de cuentas, un elemento esencial en la ética organizacional. La implementación de auditorías y revisiones periódicas puede ayudar a asegurar que la IAG se esté utilizando de manera justa y responsable.

En cuanto a la privacidad y la seguridad de los datos, el uso de información personal para entrenar modelos de IAG presenta riesgos significativos. Las organizaciones deben ser proactivas en la protección de la privacidad de los individuos, estableciendo protocolos claros sobre cómo se manejan y procesan los datos. La adopción de regulaciones como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en Europa es un paso en la dirección correcta, pero las organizaciones deben ir más allá de la mera conformidad, adoptando prácticas que prioricen la ética y el respeto por la privacidad.

El uso malintencionado de contenido generado por IAG es un desafío que involucra tanto riesgos éticos como sociales. A medida que estas herramientas se vuelven más accesibles y poderosas, es crucial que las organizaciones, gobiernos y desarrolladores trabajen en conjunto para mitigar estos riesgos, garantizando que estas tecnologías se utilicen de manera responsable y a favor de la sociedad, no en su contra.

Es esencial que las organizaciones involucren a una amplia variedad de partes interesadas en el desarrollo y la implementación de la IAG. Esto incluye no solo a expertos en tecnología y ética, sino también a empleados, clientes y miembros de la comunidad. La inclusión de diversas perspectivas puede ayudar a identificar y abordar desafíos éticos desde múltiples ángulos, garantizando que las soluciones sean efectivas y comprensivas.

Por todo ello, la IAG tiene el potencial de transformar radicalmente las nuevas formas organizacionales, pero su implementación debe ir acompañada de una reflexión ética profunda y una responsabilidad activa. La metodología de investigación utilizada en este artículo ha proporcionado un marco para explorar estos desafíos éticos y resaltar la necesidad de un enfoque proactivo y colaborativo en la adopción de estas tecnologías. A medida que avanzamos hacia un futuro donde la IAG será cada vez más común, es crucial que las organizaciones aborden estas cuestiones éticas de manera integral, asegurando que su uso beneficie a la sociedad en su conjunto y fomente un entorno de trabajo justo y ético. Solo así se podrá aprovechar al máximo el potencial de la IAG, promoviendo la innovación y el crecimiento sostenible en el contexto organizacional.

REFERENCIAS

- [1] C. García Romero y O. Buzón García, *Tecnologías emergentes aplicadas a las metodologías activas en la era de la inteligencia artificial*, 1. Madrid: Dykinson, 2023.
- [2] Y. L. Alvarado Peña, C. Ávila y J. A. Barón Chivara, *La era de la transformación digital de las organizaciones y su impacto en la competitividad*. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores, 2021.
- [3] L. Floridi y J. Anta, *Ética de la Inteligencia Artificial: principios, retos y oportunidades*, 1. Herder Editorial, 2024.
- [4] H. Mintzberg, *Structure in Fives: Designing Effective Organizations*. Prentice Hall, 1983.
- [5] G. Hamel, *The Future of Management*. Harvard Business Review Press, 2006.
- [6] F. Laloux, *Reinventar las organizaciones*. Nelson Parker, 2014.
- [7] D. Pink, *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*. Riverhead Books, 2009.
- [8] L. Rouhiainen, *Inteligencia artificial para los negocios: 21 casos prácticos y opiniones de expertos*, 1. Madrid: Difusora Larousse - Anaya Multimedia, 2021.
- [9] K. Castillo, J. Aguilar, J. Robles y R. Verde, Implementación de una Inteligencia Artificial para la Interpretación de la Prueba Proyectiva "MACHOVER" Basada en Redes Neuronales Artificiales. (2023). *Revista Digital De Tecnologías Informáticas Y Sistemas*, 7(1), 86-93. <https://doi.org/10.61530/redtis.vol7.n1.2023.139.86-93>
- [10] Goodfellow, Y. Bengio, and A. Courville, *Deep Learning*. MIT Press, 2016.
- [11] J. Schmidhuber, "Deep Learning in Neural Networks: An Overview," **Neural Networks**, vol. 61, pp. 85-117, Jan. 2015.

- [12] E. Musk, "The Danger of AI is Much Greater than Nuclear Warheads." *Nautilus*, <https://nautil.us/issue/13/technology/the-danger-of-ai-is-much-greater-than-nuclear-warheads>
- [13] A. Viglianisi Ferraro, L. D. Aboim Machado y B. Gnela, *Tratado de inteligencia artificial y derecho en el nuevo milenio*, 1. Santiago de Chile: Ediciones Olejnik, 2022.
- [14] A. Mozo Seoane, *Los límites de la tecnología: marco ético y regulación jurídica*, 1. Madrid: Editorial Reus, 2021.
- [15] M. Coeckelbergh, *Ética de la inteligencia artificial*, 1. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Cátedra, 2021.
- [16] S. Degli-Esposti, *La ética de la inteligencia artificial*, 1. Madrid: Editorial CSIC Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2023.
- [17] M. Bermúdez Vázquez y A. Sánchez Cotta, *Tecnofilosofía: reflexión filosóficas, inteligencia artificial y ciencia*, 1. Madrid: Dykinson, 2023.
- [18] J. I. Solar Cayón, *Dimensiones éticas y jurídicas de la inteligencia artificial en el marco del Estado de Derecho*. Madrid: Editorial Universidad de Alcalá, 2021.