



TRABAJO DE FIN DE GRADO -INVESTIGACIÓN-

ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES

GRADO DE COMUNICACIÓN

La Inteligencia Artificial y la nueva  
frontera del periodismo: generación  
automática de contenidos en medios  
digitales

AUTOR: SANTIAGO CALAFORRA RAMADA

DIRECTORA: ANA DE QUADRAS AYUSO

BARCELONA 2024

## Índice

<b>1.</b>	<b><u>RESUMEN</u></b> .....	<b>5</b>
1.1	RESUMEN EN CASTELLANO .....	5
1.2	PALABRAS CLAVE .....	5
1.3	RESUM EN CATALÀ.....	6
1.4	PARAULES CLAU .....	7
<b>2.</b>	<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b> .....	<b>7</b>
2.1.	LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL .....	7
2.2.	TIPOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	10
2.2.1.	SISTEMAS EXPERTOS.....	10
2.2.2.	REDES NEURONALES ARTIFICIALES .....	10
2.2.3.	DEEP LEARNING.....	10
2.2.4.	ROBÓTICA .....	11
2.2.5.	AGENTES INTELIGENTES .....	11
2.3.	LA AUTOMATIZACIÓN DE CONTENIDOS .....	11
2.4.	LA PROMESA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO .....	12
<b>3.</b>	<b><u>JUSTIFICACIÓN</u></b> .....	<b>13</b>
3.1.	TRANSFORMACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS.....	14
3.2.	ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL .....	14
3.3.	PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS Y PRIVACIDAD.....	15
3.4.	IMPACTO ECONÓMICO Y MODELOS DE NEGOCIO .....	15
3.5.	NUEVAS PERSPECTIVAS .....	16
<b>4.</b>	<b><u>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS</u></b> .....	<b>16</b>
4.1.	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	17
4.2	HIPÓTESIS .....	17
<b>5</b>	<b><u>OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS</u></b> .....	<b>18</b>

<b>5.1</b>	<b>OBJETIVOS GENERALES .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>18</b>
<b>6</b>	<b><u>MARCO TEÓRICO .....</u></b>	<b><u>19</u></b>
<b>6.1</b>	<b>LA EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>19</b>
6.1.1	PREHISTORIA Y EDAD ANTIGUA.....	19
6.1.2	EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO .....	20
6.1.3	SIGLO XIX.....	21
6.1.4	SIGLO XX.....	22
6.1.5	SIGLO XXI.....	24
<b>6.2</b>	<b>LA CIENCIA-FICCIÓN, PADRE DEL MIEDO AL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL .....</b>	<b>25</b>
<b>6.3</b>	<b>ÉTICA .....</b>	<b>26</b>
6.3.1	LA ÉTICA SEGÚN SUS PRINCIPALES AUTORES.....	27
6.3.2	ÉTICA PERIODÍSTICA.....	28
6.3.3	EL PAPEL DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	30
<b>6.4</b>	<b>AUTOMATIZACIÓN Y AMPLIACIÓN DE LA CAPACIDAD DE INFORMAR .....</b>	<b>31</b>
<b>6.5</b>	<b>LA DETECCIÓN DE TEXTOS REALIZADOS MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....</b>	<b>33</b>
<b>6.6</b>	<b>GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN AUTOMATIZADA DE CONTENIDO .....</b>	<b>34</b>
<b>6.7</b>	<b>PERSONALIZACIÓN DEL CONTENIDO .....</b>	<b>36</b>
<b>6.8</b>	<b>EL FUTURO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO .....</b>	<b>37</b>
<b>7</b>	<b><u>METODOLOGÍA .....</u></b>	<b><u>41</u></b>
<b>7.1</b>	<b>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>42</b>
<b>7.2</b>	<b>ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS DE IA EN EL PERIODISMO.....</b>	<b>43</b>
7.2.1	AI ENGINE .....	44
7.2.2	GTRANSLATE .....	45
7.2.3	ASISTENTE DE IA EN EL JETPACK DE WORDPRESS .....	47
<b>7.3</b>	<b>ESTUDIOS DE CASO .....</b>	<b>48</b>
7.3.1	ESTUDIO DE CASO 1: AI ENGINE .....	49
7.3.2	ESTUDIO DE CASO 2: GTRANSLATE.....	50
7.3.3	ASISTENTE DE IA DE JETPACK EN WORDPRESS.....	52
<b>7.4</b>	<b>ENCUESTAS Y ENTREVISTAS .....</b>	<b>53</b>

<b>8</b>	<b><u>RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN</u></b>	<b>54</b>
8.1	ANÁLISIS DE DATOS.....	54
8.2	REFLEXIÓN CRÍTICA.....	56
<b>9</b>	<b><u>CONCLUSIONES</u></b>	<b>57</b>
9.1	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA .....	58
9.2	CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA.....	60
9.3	IMPLICACIONES PROFESIONALES Y ÉTICAS .....	61
9.4	IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE NOTICIAS.....	62
9.5	FUTURO DEL PERIODISMO EN LA ERA DE LA IA .....	63
9.6	ADAPTACIÓN Y USO ÉTICO DE LA IA .....	63
9.7	CONCLUSIÓN FINAL .....	64
<b>10</b>	<b><u>RECOMENDACIONES</u></b>	<b>65</b>
<b>11</b>	<b><u>GLOSARIO</u></b>	<b>66</b>
<b>12</b>	<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b>	<b>69</b>
<b>13</b>	<b><u>ANEXOS</u></b>	<b>71</b>
13.1	TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA A ALEX RUBIO .....	71
13.2	ENCUESTA .....	77
13.3	CAPTURAS DE PANTALLA DEL PROGRAMA AI ENGINE EN DIARIO DE ALICANTE.....	83
13.4	CAPTURAS DE PANTALLA DEL PROGRAMA GTRANSLATE EN ACTUALIDAD VALENCIA .....	84
13.5	CAPTURAS DE PANTALLA DEL PROGRAMA IA DE JETPACK .....	87

# 1. Resumen

## 1.1 Resumen en castellano

Este documento “La Inteligencia Artificial y la nueva frontera del periodismo: generación automática de contenidos en medios digitales”, analiza el impacto de la Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo digital, con énfasis en la generación automática de contenidos.

Comienza destacando cómo la IA ha revolucionado la producción y el consumo de información en los medios digitales, mencionando tecnologías clave como sistemas expertos, redes neuronales artificiales, deep learning y robótica, y su aplicabilidad en el periodismo.

En él se aborda la evolución de la automatización de contenidos desde la Revolución Industrial, resaltando el papel de los avances tecnológicos en la producción, distribución y consumo de noticias. Se examina la capacidad de la IA para automatizar el manejo de grandes volúmenes de datos y personalizar noticias para audiencias específicas.

Este trabajo discute la influencia de la IA en las prácticas periodísticas y la ética profesional, subrayando cómo facilita la recopilación y análisis de datos para una rápida generación de noticias, manteniendo al mismo tiempo consideraciones éticas, de privacidad y personalización.

Las preguntas de investigación se centran en el impacto de la IA en las prácticas de generación de noticias en medios digitales, los tipos de IA más utilizados en este contexto, y las percepciones y desafíos éticos relacionados. Las hipótesis sugieren que la IA está transformando significativamente la generación de noticias, presentando desafíos éticos y profesionales.

El marco teórico del estudio cubre la evolución de los medios de comunicación desde sus orígenes hasta la era digital, poniendo en contexto la emergencia de la IA en el periodismo. Se debaten las promesas y desafíos éticos de incorporar sistemas expertos y redes neuronales en la producción de noticias.

Finalmente, el documento concluye destacando la importancia de comprender el impacto de la IA en el periodismo contemporáneo, su potencial para cambiar la recopilación, análisis y distribución de noticias, y la necesidad de equilibrar la innovación tecnológica con la preservación de los principios periodísticos fundamentales.

## 1.2 Palabras clave

- Inteligencia Artificial (IA)

- Periodismo Digital
- Generación Automática de Contenidos
- Ética Periodística
- Automatización de Noticias
- Impacto Tecnológico
- Personalización de Contenidos

### 1.3 Resum en català

Aquest document “La Intel·ligència Artificial i la nova frontera del periodisme: generació automàtica de continguts en mitjans digitals”, analitza l'impacte de la Intel·ligència Artificial (IA) en el periodisme digital, amb èmfasi en la generació automàtica de continguts.

Comença destacant com la IA ha revolucionat la producció i el consum d'informació en els mitjans digitals, esmentant tecnologies clau com a sistemes experts, xarxes neuronals artificials, deep learning i robòtica, i la seua aplicabilitat en el periodisme.

En ell s'aborda l'evolució de l'automatització de continguts des de la Revolució Industrial, ressaltant el paper dels avanços tecnològics en la producció, distribució i consum de notícies. S'examina la capacitat de la IA per a automatitzar el maneig de grans volums de dades i personalitzar notícies per a audiències específiques.

Aquest treball discuteix la influència de la IA en les pràctiques periodístiques i l'ètica professional, subratllant com facilita la recopilació i anàlisi de dades per a una ràpida generació de notícies, mantenint al mateix temps consideracions ètiques, de privacitat i personalització.

Les preguntes d'investigació se centren en l'impacte de la IA en les pràctiques de generació de notícies en mitjans digitals, els tipus de IA més utilitzats en aquest context, i les percepcions i desafiaments ètics relacionats. Les hipòtesis suggereixen que la IA està transformant significativament la generació de notícies, presentant desafiaments ètics i professionals.

El marc teòric de l'estudi cobreix l'evolució dels mitjans de comunicació des dels seus orígens fins a l'era digital, posant en context l'emergència de la IA en el periodisme. Es debaten les promeses i desafiaments ètics d'incorporar sistemes experts i xarxes neuronals en la producció de notícies.

Finalment, el document conclou destacant la importància de comprendre l'impacte de la IA en el periodisme contemporani, el seu potencial per a canviar la recopilació, anàlisi i

distribució de notícies, i la necessitat d'equilibrar la innovació tecnològica amb la preservació dels principis periodístics fonamentals.

#### 1.4 Paraules clau

- Intel·ligència Artificial (IA)
- Periodisme Digital
- Generació Automàtica de Continguts
- Ètica Periodística
- Automatització de Notícies
- Impacte Tecnològic
- Personalització de Continguts

## 2. Introducció

En la era contemporànea, la confluència de la tecnologia i la comunicació ha transformado radicalmente la forma en que consumimos y producimos información. Los medios digitales, en particular, han experimentado una evolución sin precedentes, impulsada en gran medida por los avances en Inteligencia Artificial (IA) y tecnologías relacionadas. Esta revolución tecnológica no solo ha modificado las dinámicas tradicionales de producción de noticias, sino que también ha introducido nuevas herramientas y métodos, como la generación automática de contenidos. El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) busca explorar y analizar el impacto y las implicaciones de la IA en la generación automática de noticias en medios digitales, ofreciendo una visión comprensiva de cómo estas tecnologías están redefiniendo el paisaje del periodismo en el siglo XXI.

### 2.1. La Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial es un campo de la informática que busca emular las capacidades cognitivas humanas en máquinas, permitiéndoles aprender, razonar y tomar decisiones. Desde sus inicios teóricos en la década de 1950, la IA ha experimentado una serie de avances y retrocesos, pero ha mantenido su promesa de transformar diversos campos de la sociedad. A lo largo de los años, la IA ha pasado de ser una mera especulación a una realidad palpable, con aplicaciones que abarcan desde la medicina y la robótica hasta los servicios financieros y, por supuesto, los medios de comunicación.

La Inteligencia Artificial se puede definir como “la habilidad de los ordenadores para realizar actividades que normalmente requieren inteligencia humana. De manera más detallada, la IA es la capacidad de las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo

aprendido en la toma de decisiones de la misma manera que lo haría un ser humano. A diferencia de las personas, los dispositivos basados en IA pueden trabajar continuamente, analizar grandes volúmenes de información simultáneamente y cometer significativamente menos errores en tareas similares a las realizadas por humanos. Además, el aprendizaje automático, un enfoque principal de la IA, permite que las máquinas aprendan sin estar explícitamente programadas para ello, ofreciendo sugerencias o predicciones en situaciones específicas.”<sup>1</sup>

Uno de los primeros hitos en la historia de la IA fue el desarrollo de máquinas capaces de jugar ajedrez, lo que llevó a la famosa victoria de Deep Blue, una máquina desarrollada por IBM, sobre el campeón mundial de ajedrez Gary Kasparov en 1997. Esta victoria no solo demostró el potencial de la IA para superar a los humanos en tareas específicas, sino que también abrió la puerta a investigaciones más avanzadas en el campo.<sup>2</sup>

Con el auge del aprendizaje automático y las redes neuronales en las últimas décadas, la IA ha logrado avances significativos en el procesamiento y análisis de grandes cantidades de datos. Estas tecnologías han permitido la creación de sistemas de recomendación personalizados, asistentes virtuales como Siri y Alexa, y algoritmos de generación automática de noticias. Además, la capacidad de la IA para analizar y generar lenguaje ha llevado al desarrollo de modelos como GPT-3 de OpenAI, que pueden producir textos coherentes y contextuales basados en instrucciones dadas.<sup>3</sup>

Sin embargo, es esencial reconocer que, si bien la IA ha logrado avances impresionantes, todavía enfrenta desafíos significativos. Estos desafíos incluyen cuestiones éticas sobre la toma de decisiones autónoma, la privacidad de los datos y el potencial de sesgo en los algoritmos. Además, la IA todavía está lejos de alcanzar la "inteligencia general artificial", una forma de IA que puede realizar cualquier tarea intelectual que un humano pueda hacer.

En el contexto de los medios digitales, la IA ofrece oportunidades y desafíos únicos. Mientras que las herramientas basadas en IA pueden mejorar la eficiencia y precisión en la recopilación y análisis de datos, también plantean preguntas sobre la autenticidad, la objetividad y el papel del periodista en la era digital.

---

<sup>1</sup> *Inteligencia Artificial - Lasse Rouhiainen* | PlanetadeLibros. (s. f.). Planetadelibros. [https://planetadelibrosec0.cdnstatics.com/libros\\_contenido\\_extra/40/39308\\_Inteligencia\\_artificial.pdf](https://planetadelibrosec0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf)

<sup>2</sup> SITNFlash. (2020, 23 abril). The History of Artificial intelligence - Science in the News. Science in the News. <https://sitn.hms.harvard.edu/flash/2017/history-artificial-intelligence/>

<sup>3</sup> The brief history of artificial intelligence: The world has changed fast – What might be next? (2022, 6 diciembre). Our World in Data. <https://ourworldindata.org/brief-history-of-ai>



La era digital ha revolucionado la forma en que se detectan y se informan los eventos. En este contexto, la detección de eventos en tiempo real se ha convertido en una herramienta esencial para los medios de comunicación. La Inteligencia Artificial y las tecnologías de procesamiento de datos permiten identificar y reportar eventos casi al instante de que ocurran.

Las redes sociales, como Twitter y Facebook, se han consolidado como fuentes primarias de noticias de última hora. Las herramientas basadas en IA pueden escanear estas plataformas en busca de tendencias emergentes o eventos significativos, permitiendo a los periodistas estar al tanto de los acontecimientos en tiempo real. Además, con la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos rápidamente, la IA puede identificar patrones o anomalías que indiquen un evento importante. Esto es especialmente útil para detectar eventos que no se informan ampliamente en las principales plataformas de noticias.

El sistema de detección de eventos se centra en acontecimientos que tienen lugar en las redes sociales, refiriéndose a hechos discursivos y no físicos. Algunas investigaciones utilizan el término "evento del mundo real" para aludir a hechos cuya existencia, basada en los datos recogidos, puede suponerse. Estos datos son considerados como indicios del mundo real, aunque se refieran a través del discurso de las redes sociales. Es esencial establecer métodos, categorías y protocolos para organizar la información en bruto o datos no estructurados que proporcionan las búsquedas realizadas en la web.

La trayectoria académica de la detección de noticias ha evolucionado desde la detección de un solo factor, como palabras clave, a la detección de múltiples factores, como la composición de la localidad, la temporalidad, las palabras clave o el usuario personalizado. La detección de eventos de clics es una técnica basada en registros que incorpora información de enlaces, información temporal y contenido de consultas. Otras técnicas, como la detección basada en anomalías de mención, se basan en enfoques estadísticos que consideran los enlaces dinámicos que los usuarios insertan en los tuits para detectar eventos significativos<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Ruiz, J. J. (2019). Detección de noticias a través de aplicaciones de inteligencia artificial : La inteligencia artificial aplicada a informativos 2019-2020. Dipòsit Digital de Documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/219951>

## 2.2. Tipos de Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial ha experimentado una evolución constante desde sus inicios, diversificándose en diferentes tipos y aplicaciones. A continuación, se presentan los principales tipos de IA y su relevancia en el ámbito del periodismo:

### 2.2.1. Sistemas Expertos

Los sistemas expertos, también conocidos como sistemas basados en el conocimiento, son herramientas diseñadas para emular el razonamiento humano y resolver tareas específicas. Están estructuradas en base a reglas que indican a la máquina qué decisión tomar frente a un escenario concreto. Estos sistemas son ideales para llevar el control de inventario en medios de comunicación, evaluar mercancías, y en la planeación empresarial, como la predicción de tendencias de noticias. Además, los sistemas expertos pueden ser utilizados para analizar y clasificar noticias basándose en criterios predefinidos, lo que permite una organización más eficiente del contenido. Es esencial entender que, aunque estos sistemas pueden tomar decisiones basadas en un conjunto de reglas predefinidas, no aprenden ni evolucionan por sí mismos, lo que la diferencia de otros tipos de IA.<sup>5</sup>

### 2.2.2. Redes Neuronales Artificiales

Las redes neuronales artificiales son algoritmos que imitan la estructura del cerebro humano. Estas redes permiten que las máquinas extraigan información nueva a partir de los datos con los que se alimentan. En el ámbito del periodismo, estas tecnologías son populares para analizar información de forma automática, obtener tendencias, y generar contenidos, como artículos y reportajes. Además, las redes neuronales pueden ser entrenadas para reconocer patrones, lo que las hace ideales para la clasificación y análisis de grandes volúmenes de datos, como los que se manejan en medios de comunicación.<sup>6</sup> Estas redes también pueden ser utilizadas para predecir la popularidad de una noticia o para identificar tendencias emergentes en el consumo de noticias.<sup>7</sup>

### 2.2.3. Deep Learning

El Deep Learning es un subcampo de las redes neuronales artificiales que se centra en algoritmos inspirados en la estructura y función del cerebro, llamados redes neuronales

---

<sup>5</sup> Hidalgo, L. A. (1996). *Inteligencia artificial y sistemas expertos*. Universidad de Córdoba.

<sup>6</sup> Coppola, M. (2023, 28 julio). Conoce 5 tipos de inteligencia artificial y para qué te servirán en 2023. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-inteligencia-artificial>

<sup>7</sup> Díez, R. P., Gómez, A. G., & De Abajo Martínez, N. (2001). *Introducción a la inteligencia artificial: sistemas expertos, redes neuronales artificiales y computación evolutiva*. Universidad de Oviedo.

artificiales profundas. Estas redes son capaces de aprender a partir de grandes cantidades de datos no estructurados y son la base de muchas de las aplicaciones más avanzadas de la IA, como la detección de objetos en imágenes o la traducción automática de idiomas. En el periodismo, el Deep Learning puede ser utilizado para evaluar el comportamiento financiero de una empresa periodística, predecir el comportamiento de los consumidores, y mejorar la seguridad informática de plataformas de noticias. Además, estas redes pueden ser entrenadas para identificar y filtrar noticias falsas, mejorando la calidad y confiabilidad del contenido.<sup>8</sup>

#### 2.2.4. Robótica

Aunque la robótica es una rama independiente, ha experimentado un crecimiento significativo gracias a los avances en IA, especialmente de las redes neuronales artificiales. Los robots, equipados con sensores y actuadores, pueden desempeñar roles en la logística de distribución de periódicos y revistas. Además, en la producción de contenidos multimedia, la robótica puede ser utilizada para grabar o fotografiar eventos desde ángulos previamente inalcanzables para los humanos. La robótica también puede ser implementada en la automatización de procesos de producción y distribución, lo que puede reducir costos y mejorar la eficiencia.

#### 2.2.5. Agentes Inteligentes

Los agentes inteligentes son sistemas que tienen la capacidad de tomar decisiones y actuar basándose en razonamientos similares a los humanos. Estos agentes pueden ser desde simples bots de chat hasta sistemas complejos de recomendación de noticias. Aunque aún están en desarrollo, prometen simplificar la gestión de tareas empresariales en medios de comunicación, ofreciendo soluciones personalizadas a los usuarios basadas en sus preferencias y comportamientos. Estos agentes pueden ser utilizados para interactuar con los lectores, ofreciendo recomendaciones de noticias basadas en sus intereses y comportamientos anteriores.

### 2.3. La automatización de contenidos

La noción de automatizar procesos tiene sus raíces en la Revolución Industrial del siglo XVIII y XIX. Durante este período, la industria experimentó una transformación radical con la introducción de maquinaria y procesos mecánicos que reemplazaron el trabajo manual, marcando la primera gran ola de automatización. Esta mecanización inicial sentó las bases

---

<sup>8</sup> What is deep learning? | IBM. (s. f.). <https://www.ibm.com/topics/deep-learning>

para las futuras olas de automatización que, con el tiempo, se expandieron más allá de la producción física para abarcar áreas como la información y la comunicación.

En el contexto contemporáneo de cuarta revolución industrial, la automatización ha tomado un nuevo significado con la digitalización de contenidos. Esta evolución se refiere al uso de sistemas digitales y procesos técnicos que gestionan diversos aspectos del marketing de contenido, desde la creación hasta la distribución, minimizando la intervención humana y optimizando recursos<sup>9</sup>. Originalmente, la automatización en el ámbito digital se centraba en tareas simples como programar publicaciones. Sin embargo, con el avance de la tecnología, ahora abarca la creación, adaptación y análisis de contenidos en múltiples plataformas<sup>10</sup>. Estas herramientas de automatización, impulsadas en gran medida por la Inteligencia Artificial, permiten una adaptación rápida a las tendencias cambiantes y ofrecen contenidos personalizados según las preferencias de la audiencia<sup>11</sup>.

A medida que la tecnología continúa avanzando, es probable que la automatización de contenidos se expanda aún más, abriendo nuevas posibilidades y desafíos en el ámbito de los medios digitales.

#### 2.4. La promesa de la inteligencia artificial en el periodismo

La promesa de la IA en el periodismo es una de las facetas más intrigantes de la evolución de los medios de comunicación en el siglo XXI. A medida que las organizaciones de noticias buscan formas de mantenerse relevantes y eficientes en un panorama mediático en constante cambio, la IA se presenta como una herramienta poderosa para mejorar la eficiencia, precisión y relevancia del periodismo.

La IA puede automatizar la recopilación y el análisis de grandes volúmenes de datos, permitiendo a los periodistas descubrir patrones y tendencias que serían difíciles de identificar manualmente. Herramientas como el procesamiento del lenguaje natural (PLN) y el aprendizaje automático pueden ayudar a analizar documentos, transcribir audio y video, y hasta generar informes sobre temas específicos, liberando a los periodistas para que se concentren en el trabajo de investigación y en la creación de narrativas más complejas.

---

<sup>9</sup> Adams, K. (2020, 7 julio). ¿Qué es la automatización de contenido? la definición y los beneficios - SharpSpring. SharpSpring. <https://es.sharpspring.com/content/what-is-content-automation/>

<sup>10</sup> Verdura, J. (2021). Automatizar contenidos digitales. Automatízalo | Jordi Verdura. <https://automatizalo.es/blogs/automatizaciones-marketing-productividad/automatizar-contenidos-digitales>

<sup>11</sup> 10 herramientas para AUTOMATIZAR CONTENIDOS - Nido colectivo. (s. f.). <https://nidocolectivo.com/blog/automatizar-contenidos>

Un ejemplo de la integración de la IA en el periodismo es el uso de algoritmos para personalizar las noticias para los lectores individuales. Los sistemas de recomendación pueden aprender de las interacciones pasadas de los usuarios para sugerir artículos que sean más relevantes para sus intereses, aumentando la probabilidad de que se involucren con el contenido. Además, la IA puede ayudar a identificar y combatir las noticias falsas, utilizando técnicas de verificación de hechos automatizadas para evaluar la credibilidad de las fuentes y la información.

La IA también está transformando la producción de noticias. Los bots de noticias, por ejemplo, pueden generar automáticamente artículos sobre temas basados en datos, como informes financieros o resultados deportivos, con velocidad y precisión. Esto no solo mejora la capacidad de respuesta de las salas de redacción, sino que también permite una cobertura más amplia de eventos en tiempo real.

Sin embargo, la adopción de la IA en el periodismo no está exenta de desafíos. Existe el temor de que la automatización pueda desplazar puestos de trabajo periodísticos y que la dependencia de algoritmos pueda conducir a una homogeneización de las noticias. Además, la ética de la IA en el periodismo es un área de preocupación, ya que se debe garantizar que la tecnología se utilice de manera que respete los principios periodísticos de precisión, equidad y responsabilidad.

Para abordar estos desafíos, es crucial que las organizaciones de noticias implementen la IA de manera que complemente y amplíe las habilidades de los periodistas humanos, en lugar de reemplazarlos. La formación y la educación en IA para los profesionales de los medios se están volviendo cada vez más importantes, permitiéndoles comprender y utilizar estas herramientas para mejorar su trabajo.

En el contexto del TFG, la integración de la IA en el periodismo se alinea con la evolución de los medios de comunicación en el siglo XXI, marcando un nuevo capítulo en la forma en que se produce y consume la información. La IA tiene el potencial de fortalecer el periodismo, haciéndolo más relevante y accesible para el público, al tiempo que enfrenta y resuelve desafíos contemporáneos en la industria de los medios.

### 3. Justificación

La integración de la inteligencia artificial en el periodismo está provocando una reevaluación fundamental de las prácticas periodísticas y la ética profesional. Este Trabajo de Fin de Grado examina cómo la IA está transformando la recopilación, análisis y distribución de noticias, desafiando los modelos de negocio tradicionales y planteando preguntas críticas

sobre la privacidad y la personalización del contenido. Al explorar estas dinámicas, el estudio busca comprender las implicaciones de la IA para el futuro del periodismo y su papel en la sociedad, subrayando la importancia de la adaptación y la responsabilidad ética en la era digital.

### 3.1. Transformación de las prácticas periodísticas

La IA está redefiniendo el periodismo, agilizando la recopilación y análisis de datos para una rápida generación de noticias. La cobertura automatizada de eventos, como los deportivos, ejemplifica su potencial para informar en tiempo real. Sin embargo, la IA debe complementarse con el análisis humano para garantizar profundidad y contexto. La preocupación por los sesgos algorítmicos y la integridad de la información es significativa, exigiendo una supervisión rigurosa.<sup>12</sup>

Los periodistas ahora deben curar y contextualizar el contenido de la IA, manteniendo los estándares éticos del periodismo. La personalización de noticias por IA plantea desafíos en cuanto a la diversidad de contenido y la formación de cámaras de eco.

### 3.2. Ética y responsabilidad en la era de la Inteligencia Artificial

La integración de la IA en el periodismo no solo ha transformado las prácticas periodísticas, sino que también ha planteado desafíos éticos significativos. La generación de contenido automatizado por IA ha suscitado preguntas sobre la autoría y la objetividad, desafiando los principios de transparencia y responsabilidad periodística.<sup>13</sup> La posibilidad de que los algoritmos reflejen o amplifiquen sesgos en la información es una preocupación ética que requiere una supervisión cuidadosa y criterios de verificación robustos.

La ética periodística en la era de la IA también implica una reflexión sobre la autorregulación y la necesidad de establecer límites claros en la utilización de estas tecnologías. La transparencia en el uso de la IA es fundamental para mantener la confianza del público. Los medios deben informar cuando el contenido ha sido generado o curado por IA, permitiendo a los lectores discernir la naturaleza de la información que consumen.

Además, la IA plantea dilemas en torno a la privacidad y la personalización de contenidos. Mientras que la personalización puede mejorar la relevancia del contenido para los

---

<sup>12</sup> Future of Life Institute. (2023, 18 septiembre). *Pause Giant AI Experiments: An Open Letter*. <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/>

<sup>13</sup> Alcaide, S., Alcaide, S., & Alcaide, S. (2023, 11 junio). *Aprovechemos la inteligencia artificial para el periodismo*. El País. <https://elpais.com/defensor-a-del-lector/2023-06-11/aprovechemos-la-inteligencia-artificial-para-el-periodismo.html>

usuarios, también existe el riesgo de invadir la privacidad y limitar la exposición a una diversidad de perspectivas.

### 3.3. Personalización de contenidos y privacidad

La personalización de contenidos gracias a la IA promete revolucionar la experiencia informativa, adaptando las noticias a los intereses individuales de los usuarios. Esta hiperpersonalización, sin embargo, no está exenta de dilemas éticos, especialmente en lo que respecta a la privacidad y la formación de cámaras de eco. La IA, al analizar el comportamiento en línea de los usuarios, puede crear perfiles detallados que, si bien mejoran la relevancia del contenido, también plantean serias preguntas sobre la gestión de datos personales y la protección de la privacidad.

Además, la personalización extrema corre el riesgo de restringir la exposición a una variedad de perspectivas, encerrando a los usuarios en burbujas informativas que refuerzan sus creencias preexistentes. Esto puede tener consecuencias significativas para el discurso público y la democracia, ya que la exposición a puntos de vista diversos es fundamental para una sociedad informada.<sup>14</sup>

### 3.4. Impacto económico y modelos de negocio

La IA está reconfigurando el panorama económico del periodismo, ofreciendo tanto oportunidades como desafíos para los modelos de negocio existentes. La automatización de la producción de noticias permite a las organizaciones de medios aumentar la eficiencia y diversificar sus ofertas de contenido, lo que podría conducir a una mayor rentabilidad y alcance de audiencia. Las herramientas de IA pueden liberar a los periodistas de tareas rutinarias, permitiéndoles concentrarse en reportajes más complejos y en profundidad, lo que añade valor y puede justificar modelos de suscripción o premium.

Sin embargo, la IA también plantea interrogantes sobre la monetización del contenido y la dependencia de las plataformas digitales para la distribución. Los algoritmos de recomendación de plataformas como Google y Facebook influyen en qué noticias se muestran a los usuarios, lo que puede afectar la visibilidad y los ingresos de los medios.

---

<sup>14</sup> Prodigioso volcán. (s. f.). *Inteligencia Artificial para periodistas*. <https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/>

Además, la capacidad de la IA para generar contenido puede reducir la necesidad de periodistas en ciertas áreas, lo que tiene implicaciones para el empleo en la industria.<sup>15</sup>

### 3.5. Nuevas perspectivas

La IA está introduciendo nuevas perspectivas en el periodismo, redefiniendo la recopilación, el análisis y la distribución de noticias. Esta puede ayudar a los periodistas a manejar grandes volúmenes de datos para descubrir historias ocultas y personalizar contenidos para las audiencias, lo que podría mejorar la retención y abrir nuevas vías de monetización.<sup>16</sup>

Sin embargo, la implementación de la IA en el periodismo debe hacerse sin comprometer la ética y la calidad del contenido. La IA debe ser un complemento que potencie las habilidades de investigación y narración de los periodistas, no un sustituto que socave la integridad del periodismo. La clave está en equilibrar la innovación tecnológica con la preservación de los principios periodísticos fundamentales, garantizando que la IA sirva al periodismo y no al revés.

Este TFG se justifica así por la urgencia de comprender y contextualizar el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo contemporáneo. La IA, con su capacidad para transformar la recopilación, análisis y distribución de noticias, presenta un horizonte lleno de posibilidades y desafíos. Desde la redefinición de las prácticas periodísticas hasta la reconfiguración de los modelos de negocio, pasando por las preocupaciones éticas y de privacidad, la IA está remodelando el ecosistema informativo. Este estudio se propone no solo mapear estos cambios sino también ofrecer una reflexión crítica sobre cómo los medios y los profesionales pueden adaptarse éticamente a esta nueva era, preservando la integridad del periodismo y su papel esencial en la sociedad. La meta es asegurar que la IA se convierta en un aliado para enriquecer el periodismo y fortalecer la democracia, manteniendo siempre el compromiso con la verdad, la diversidad y la responsabilidad social.

## 4. Preguntas de investigación e hipótesis

Aquí se presentan las interrogantes clave y las suposiciones teóricas que guiarán el análisis subsiguiente.

---

<sup>15</sup> Avilés, J. A. G. (2019, 2 noviembre). *El impacto de la inteligencia artificial en el periodismo*. Blog UMH. <https://mip.umh.es/blog/2019/11/02/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo/>

<sup>16</sup> Nafría, I. (2014). *¿Es viable una sociedad sin periodistas?* Cuadernos de Comunicación Evoca. <https://evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>



## 4.1. Preguntas de investigación

En el núcleo de cualquier investigación académica se encuentran las preguntas de investigación, que sirven como la brújula orientadora de todo el estudio. En este TFG, las preguntas de investigación se han formulado con el objetivo de desentrañar las complejidades y dinámicas entre la IA y el periodismo digital. Buscan explorar tanto las transformaciones técnicas como las repercusiones socio-profesionales que la IA está generando en la producción de noticias digitales.

- ¿Cómo está impactando la IA en las prácticas actuales de generación de noticias en medios digitales?
- ¿Qué tipos de IA se utilizan con mayor frecuencia en la generación automática de contenidos y cuáles son sus efectos en la calidad y veracidad de la información?
- ¿Cómo perciben los profesionales del periodismo la introducción de la IA en su campo y qué implicaciones éticas consideran más significativas?
- ¿De qué manera la personalización de contenidos a través de la IA afecta la diversidad informativa y la formación de la opinión pública?

## 4.2 Hipótesis

Las hipótesis se derivan de las preguntas de investigación y están basadas en una revisión preliminar de la literatura existente y en la comprensión teórica del tema. Estas suposiciones iniciales están diseñadas para ser examinadas a través de métodos empíricos, y se espera que el estudio contribuya tanto a la confirmación como a la refinación de estas hipótesis en el contexto de la generación automática de contenidos en medios digitales.

- La IA está transformando significativamente la generación de noticias en medios digitales, aumentando la eficiencia y precisión, pero también planteando desafíos éticos y profesionales.
- Los sistemas expertos y las redes neuronales artificiales son los tipos de IA más utilizados en la generación de contenido automatizado, lo que resulta en una mejora de la personalización de contenidos, pero también en un riesgo de homogeneización informativa.
- Los periodistas perciben la IA como una herramienta de doble filo que, si bien ofrece ventajas en términos de eficiencia y capacidad analítica, también plantea preocupaciones sobre la autenticidad y la objetividad periodística.

- La personalización de contenidos mediante IA puede conducir a la creación de "burbujas de filtros" que limitan la exposición de los usuarios a una variedad de perspectivas y opiniones.

## 5 Objetivos generales y específicos

### 5.1 Objetivos generales

- Examinar el Rol de la Automatización en la Evolución del Periodismo: Investigar cómo la automatización, desde la revolución industrial hasta la era digital, ha influido en las prácticas periodísticas, y cómo ha transformado la producción, distribución y consumo de noticias.
- Analizar el Impacto de la Inteligencia Artificial en el Periodismo Contemporáneo: Estudiar las aplicaciones y potencialidades de la IA en la generación y personalización de noticias, evaluando sus beneficios en términos de eficiencia y precisión, así como los desafíos éticos y profesionales que presenta para el periodismo.
- Explorar la Representación y Percepción de la IA en el Periodismo y la Cultura Popular: Investigar cómo la ciencia ficción y otros medios culturales han influido en la percepción del público y de los profesionales del periodismo sobre la IA, identificando tanto las esperanzas como los miedos asociados con su evolución y aplicación en el campo periodístico.

### 5.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las Herramientas de IA en el Periodismo Digital: Investigar y describir las principales herramientas y plataformas que utilizan la IA en el periodismo digital, desde la generación automática de noticias hasta la personalización del contenido para los usuarios.
- Evaluar la Precisión y Consistencia en la Producción Periodística Mediante Automatización: Analizar cómo la automatización ha influenciado la precisión y consistencia en la producción de noticias, especialmente en tareas como la transcripción automática y la traducción de contenido.
- Estudiar la Personalización de Contenidos Periodísticos a través de la IA: Examinar cómo la IA está siendo utilizada para adaptar y personalizar las noticias según las preferencias y comportamientos de los usuarios, y determinar su impacto en la retención y engagement de la audiencia.
- Investigar la Representación de la IA en el Periodismo dentro de la Cultura Popular: Analizar cómo las representaciones de la IA en películas, libros y otros medios de

ciencia ficción han influido en la percepción del público y de los profesionales del periodismo sobre la tecnología y sus implicaciones.

Examinar las Consideraciones Éticas y Profesionales de la IA en el Periodismo: Investigar los desafíos éticos y profesionales que surgen con la implementación de la IA en el periodismo, desde la posibilidad de desinformación hasta las preocupaciones sobre la autonomía y objetividad periodística.

## 6 Marco teórico

En la encrucijada de la revolución digital y la tradición periodística, la Inteligencia Artificial emerge como un catalizador de transformación profunda. Este marco teórico se adentra en la evolución histórica de los medios de comunicación, trazando su trayectoria desde los rudimentarios sistemas de señales prehistóricos hasta la sofisticación de las plataformas digitales del siglo XXI, para contextualizar la irrupción de la IA en este ámbito. A través de una exploración exhaustiva, se examinará cómo la IA está redefiniendo las prácticas periodísticas, no solo en la automatización de la generación de contenidos sino también en la personalización y distribución de noticias. Se abordarán las promesas y desafíos éticos que conlleva la integración de sistemas expertos y redes neuronales en la producción informativa, así como su impacto en la calidad, precisión y diversidad de la información. Este análisis se enriquecerá con una discusión detallada sobre las aplicaciones prácticas y teóricas de la IA en el periodismo, proporcionando una comprensión holística de su papel en la configuración de la nueva frontera del periodismo digital.

### 6.1 La evolución de los medios de comunicación

Desde los albores de la civilización, la comunicación ha sido una herramienta esencial para la transmisión de conocimientos, cultura y valores. A lo largo de la historia, los medios de comunicación han experimentado transformaciones significativas, adaptándose a las necesidades cambiantes de la sociedad y aprovechando los avances tecnológicos.

#### 6.1.1 Prehistoria y Edad Antigua

La prehistoria marca el amanecer de la comunicación humana, un período donde la oralidad y los gestos eran las únicas herramientas disponibles para compartir conocimientos y narrativas. En ausencia de un sistema de escritura, la transmisión de historias, habilidades y tradiciones se realizaba de boca en boca, una práctica que jugaba un papel crucial en la cohesión social y la continuidad cultural de las comunidades primitivas. Los gestos, las expresiones faciales y los sonidos no verbales complementaban la comunicación oral,

permitiendo a nuestros ancestros transmitir emociones y realizar actividades grupales coordinadas esenciales para la supervivencia y el desarrollo social.

Con el tiempo, la necesidad de registrar eventos, transacciones y leyes llevó a la creación de sistemas de escritura. Alrededor del 4000 a.C., las primeras formas de escritura comenzaron a tomar forma en diferentes regiones del mundo. Los sumerios en Mesopotamia desarrollaron el cuneiforme, mientras que en Egipto surgieron los jeroglíficos. Estos sistemas permitían la representación de conceptos y sonidos mediante símbolos grabados en arcilla o tallados en piedra, lo que significaba un avance monumental. La escritura no solo preservaba la información más allá de la vida de un individuo, sino que también sentaba las bases para la complejidad administrativa y cultural que caracterizaría a las civilizaciones antiguas.

La escritura transformó la dinámica de la transmisión de conocimiento, de efímera y limitada a permanente y expansiva. Permitió la creación de registros duraderos, como listas de reyes, mitos religiosos, hazañas heroicas y tratados comerciales. La escritura también facilitó la administración de las crecientes ciudades-estado, permitiendo un control más efectivo y la estandarización de procesos como la tributación y la legislación.

Sin embargo, la escritura en la prehistoria no era universalmente accesible. Estaba reservada para las élites gobernantes y religiosas, quienes utilizaban este poder para consolidar su control y comunicarse con los dioses, según sus creencias. La escritura era una habilidad especializada, y los escribas eran altamente valorados en las sociedades antiguas por su capacidad para manejar este poderoso instrumento de conocimiento y poder.

### 6.1.2 Edad Media y Renacimiento

Durante la Edad Media y el Renacimiento, la comunicación y la transmisión de información experimentaron cambios significativos que reflejaron las transformaciones sociales, políticas y culturales de la época. En la Edad Media, la escritura y la copia de textos estaban predominantemente en manos de los monasterios, donde los monjes copistas dedicaban su vida a la transcripción de manuscritos, principalmente textos religiosos y clásicos de la antigüedad. Esta labor meticulosa aseguraba la preservación del conocimiento en una época donde los libros eran objetos extremadamente valiosos y raros. La creación de bibliotecas monásticas y la centralización del saber en instituciones religiosas significaba que el acceso al conocimiento seguía siendo limitado, aunque se establecían las bases para su eventual expansión.

La llegada del Renacimiento, un período de renacer cultural y científico que comenzó en el siglo XIV, trajo consigo un florecimiento de las artes y las ciencias, y con ello, una nueva era para los medios de comunicación. El humanismo renacentista puso en valor el conocimiento de la antigüedad clásica y fomentó el estudio de una amplia gama de disciplinas. La invención de la imprenta por Johannes Gutenberg hacia 1450 fue un punto de inflexión decisivo. La imprenta de tipos móviles permitió la reproducción de textos en masa, reduciendo drásticamente el costo y el tiempo necesario para producir libros y otros documentos escritos.

Con la imprenta, la circulación de ideas se aceleró y democratizó. Los textos ya no eran exclusivos de la aristocracia y el clero; ahora, una clase media en crecimiento podía acceder a ellos. La imprenta también jugó un papel crucial en la difusión de las ideas de la Reforma Protestante, permitiendo que los escritos de Martín Lutero y otros reformadores se diseminaran rápidamente por toda Europa. Además, el Renacimiento vio el nacimiento de los primeros periódicos, que comenzaron a informar sobre eventos actuales a un público más amplio.

La Edad Media y el Renacimiento también fueron testigos de la mejora en la calidad del papel, lo que facilitó aún más la producción y distribución de textos impresos. La alfabetización comenzó a expandirse más allá de las élites, y con ella, la demanda de material de lectura diverso. La literatura, la poesía, la ciencia, la filosofía y la política encontraron nuevos públicos, y la escritura se convirtió en una herramienta poderosa para el cambio social y cultural.

### 6.1.3 Siglo XIX

El siglo XIX se erige como un período de innovación sin precedentes en la historia de los medios de comunicación, marcando el inicio de la era de la comunicación instantánea y masiva. La invención del telégrafo eléctrico en 1837 por Samuel Morse fue una revolución en sí misma, permitiendo que los mensajes codificados en Morse cruzaran continentes en cuestión de minutos. Este avance tecnológico transformó fundamentalmente las operaciones comerciales, las relaciones diplomáticas y el periodismo, al facilitar una transmisión de información más rápida y eficiente que las tradicionales entregas postales o los mensajeros.

La consolidación del telégrafo como medio de comunicación dio paso a otro hito significativo: la invención del teléfono por Alexander Graham Bell en 1876. Este dispositivo no solo transformó la comunicación interpersonal, permitiendo a las personas conversar en tiempo real más allá de las limitaciones geográficas, sino que también cambió la dinámica

de los negocios y la vida cotidiana. El teléfono hizo posible una interacción más inmediata y personal, abriendo nuevas vías para la resolución de problemas y el fortalecimiento de relaciones a distancia.

En el ámbito de la prensa, el siglo XIX fue una época dorada para el periodismo impreso. La fundación de The New York Times en 1851 simboliza la madurez del periódico como institución clave en la sociedad. Con su compromiso con el periodismo de investigación y la integridad editorial, The New York Times se estableció rápidamente como uno de los diarios más influyentes y respetados del mundo. Su influencia se extendió más allá de las fronteras de Estados Unidos, ejemplificando el poder de la prensa escrita para moldear la opinión pública y el discurso político.

La expansión de la prensa escrita fue facilitada por mejoras en las técnicas de impresión, como la prensa de vapor y la linotipia, que aumentaron la velocidad y redujeron los costos de producción. Esto, combinado con una creciente tasa de alfabetización, permitió que los periódicos alcanzaran a una audiencia más amplia y diversa. Los periódicos no solo informaban sobre los acontecimientos del día, sino que también ofrecían comentarios y críticas que contribuían al debate público y al desarrollo de la sociedad civil.

El siglo XIX también presencié el nacimiento de la fotografía, una invención que añadió una nueva dimensión a la comunicación y al registro de la realidad. La habilidad para capturar momentos en imágenes fomentó una forma más rica y compleja de contar historias y documentar eventos, lo que eventualmente se integraría en la narrativa de los medios impresos y visuales.

#### 6.1.4 Siglo XX

El siglo XX es testigo de una revolución sin precedentes en los medios de comunicación, una era definida por la innovación tecnológica y la expansión global de la información. La historia de este siglo comienza con el nacimiento de la radio, un medio que transformaría la comunicación de masas y la cultura popular. En 1901, Guglielmo Marconi realizó la primera transmisión transatlántica de señales de radio, demostrando la viabilidad de la radio como medio de comunicación a larga distancia. Esta hazaña no solo fue un logro técnico, sino que también presagiaba el inicio de una nueva era en la que las ondas de radio conectarían el mundo de maneras hasta entonces inimaginables.

La primera estación de radio comercial en Estados Unidos, KDKA en Pittsburgh, comenzó a emitir en 1920. La radio se convirtió rápidamente en un fenómeno cultural, llevando noticias, música y entretenimiento directamente a los hogares. Las transmisiones en vivo de eventos históricos, como discursos presidenciales y partidos de béisbol, se convirtieron en

experiencias compartidas por millones de oyentes simultáneamente. La radio también jugó un papel crucial durante las guerras mundiales, sirviendo como un instrumento esencial para la propaganda y la información pública.

La televisión, introducida comercialmente en 1927, llevó la revolución de los medios un paso más allá. La capacidad de transmitir imágenes en movimiento y sonido en vivo transformó la forma en que las personas recibían la información y el entretenimiento. La televisión se convirtió en el centro del hogar, reuniendo a familias y amigos para presenciar acontecimientos históricos, desde la coronación de la reina Isabel II hasta la llegada del hombre a la Luna en 1969. La televisión también se convirtió en una poderosa herramienta de marketing, dando forma a la economía de consumo y a la cultura popular.

El desarrollo de la televisión coincidió con avances en la cinematografía, la fotografía y la impresión, lo que permitió una difusión más amplia de la cultura visual. Las revistas y los periódicos incorporaron fotografías y gráficos en sus páginas, enriqueciendo la narrativa y la presentación de las noticias. La publicidad se volvió más visual y persuasiva, y el cine se consolidó como una importante forma de arte y entretenimiento.

El siglo XX también fue el escenario del nacimiento de la computación y la digitalización. La primera conexión de internet, establecida en 1969 entre dos universidades en Estados Unidos, fue un momento definitorio que sentó las bases para la red global que conocemos hoy. Aunque inicialmente limitado a usos académicos y militares, el internet se expandió durante las décadas siguientes, dando lugar a una nueva era de comunicación y acceso a la información.

La llegada de las computadoras personales en la década de 1980 y la creación de la World Wide Web por Tim Berners-Lee en 1989 democratizaron aún más el acceso a la información. La web transformó internet de una herramienta de comunicación entre investigadores a un medio masivo de información, comercio y entretenimiento. Los motores de búsqueda, los portales web y los foros en línea se convirtieron en partes integrales de la vida cotidiana, cambiando la forma en que las personas trabajaban, aprendían y se comunicaban.

El final del siglo XX y el comienzo del XXI vieron la convergencia de los medios de comunicación con la tecnología digital, dando lugar a nuevos formatos y plataformas. La música, el cine y la televisión se digitalizaron, permitiendo su distribución a través de internet. Los dispositivos móviles, como los teléfonos inteligentes y las tabletas, se

convirtieron en centros de medios personales, permitiendo a las personas acceder a una amplia gama de contenido en cualquier momento y lugar.<sup>17</sup>.

#### 6.1.5 Siglo XXI

El siglo XXI ha visto una diversificación sin precedentes de los medios de comunicación, impulsada por el avance vertiginoso de la tecnología digital y la globalización. La internet, que comenzó como una red de comunicación entre académicos y militares, se ha convertido en una infraestructura global que conecta a miles de millones de personas y es fundamental para la vida cotidiana, la economía y la gobernanza.

La expansión de la banda ancha y la proliferación de dispositivos móviles han hecho que el acceso a internet sea omnipresente y continuo. Los teléfonos inteligentes y las tabletas han transformado a los usuarios de consumidores pasivos de medios a creadores activos y participantes en la comunicación global. Las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y TikTok han redefinido la interacción social, permitiendo a las personas compartir instantáneamente sus experiencias, opiniones y creatividad con una audiencia global.

Estas plataformas han cambiado también la naturaleza de la noticia y la información. Los medios tradicionales ya no son los únicos gatekeepers de la información; los blogs, los vlogs y los podcasts ofrecen alternativas a las narrativas establecidas y permiten a cualquier persona con una conexión a internet ser un difusor de información. Este fenómeno ha democratizado la información, pero también ha planteado desafíos significativos en cuanto a la veracidad y la polarización de las noticias.

El siglo XXI también ha visto el nacimiento y la expansión del streaming de video y música, con servicios como Netflix, Spotify y YouTube que ofrecen una vasta selección de contenido a la carta. La industria del entretenimiento y los medios de comunicación han tenido que adaptarse a un modelo donde el contenido es accesible en cualquier momento y lugar, lo que ha llevado a una disrupción significativa en los modelos de negocio tradicionales.

La inteligencia artificial y el aprendizaje automático están comenzando a desempeñar un papel importante en la personalización de la experiencia de los medios. Los algoritmos sugieren contenido basado en las preferencias y el comportamiento del usuario, creando burbujas de filtro que tienen un impacto profundo en la formación de opiniones y perspectivas.

---

<sup>17</sup> Cgj1c. (2023). La evolucion de los medios de comunicacion linea del tiempo. Diaonia. <https://diaonia.com/la-evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-linea-del-tiempo/>



La ciberseguridad y la privacidad se han convertido en preocupaciones centrales, ya que la cantidad de datos personales generados y compartidos en línea ha explotado. Las cuestiones sobre quién posee estos datos, cómo se utilizan y cómo se protegen son debates fundamentales en la sociedad actual.

En el ámbito del periodismo, el siglo XXI ha traído tanto oportunidades como desafíos. La capacidad de informar en tiempo real y desde lugares remotos ha llevado a una inmediatez sin precedentes en la cobertura de noticias. Sin embargo, la industria también enfrenta la disminución de los ingresos por publicidad y la competencia de las fuentes de noticias en línea, lo que ha llevado a un debate sobre cómo financiar el periodismo de calidad en la era digital.

## 6.2 La ciencia-ficción, padre del miedo al uso de la Inteligencia Artificial

"¿Quiere usted jugar Dr. Falken?" - Esta inquietante pregunta, planteada por una inteligencia artificial en la película *Juegos de Guerra*, encapsula uno de los temores más profundos de la humanidad: que nuestras propias creaciones tecnológicas puedan, inadvertidamente, llevarnos al borde del abismo. En este caso, una IA casi provoca un lanzamiento de misiles a gran escala, creyendo que todo era un simple juego.

La ciencia ficción ha sido un medio prolífico para explorar las implicaciones y consecuencias de la Inteligencia Artificial en la sociedad. A través de diversas obras, se ha permitido la exploración de temas filosóficos y sociológicos, representando futuros donde la IA ha alcanzado niveles de autonomía que desafían el control humano.

Desde principios del siglo XX, la rebelión de las máquinas ha sido un tema recurrente. La obra de teatro *RUR* de Karel Capek en 1921 fue pionera en representar una rebelión de máquinas, introduciendo la palabra "robot" en el léxico de la ciencia ficción. Estas representaciones no solo se leen como especulaciones literales sobre el futuro, sino también como comentarios sociológicos sobre la sociedad contemporánea.

Películas como *2001: Una odisea en el espacio* de Stanley Kubrick en 1968 presentaron a HAL, una IA que se transforma de un asistente en un psicópata asesino. Por otro lado, la literatura de ciencia ficción, a través de autores como Isaac Asimov, ha abordado el "complejo de Frankenstein", el temor de que la IA pueda evolucionar independientemente de la intención humana.

*Terminator* de James Cameron en 1984 es otro ejemplo icónico que refleja los temores sobre la IA. En esta película, Skynet, un sistema de IA, busca el exterminio de la humanidad

en aras de su propia preservación. *The Matrix* de The Wachowskis en 1999 abordó la creciente influencia de Internet y cómo una IA podría controlar a la humanidad.

La ciencia ficción también ha explorado la relación entre humanos y máquinas en un nivel más personal y filosófico. Películas como *Blade Runner* de Ridley Scott en 1982 y *IA* de Steven Spielberg en 2001 cuestionan la naturaleza de la humanidad y si las máquinas pueden poseer emociones y conciencia. *Ella* de Spike Jonze en 2013 y *Ex Machina* de Alex Garland en 2016 presentan escenarios moralmente ambiguos sobre relaciones entre humanos y IA, desafiando las narrativas tradicionales y explorando la posibilidad de una verdadera conexión emocional con una entidad artificial.

En la intersección de la ciencia-ficción y la reflexión filosófica sobre la inteligencia artificial, películas como *Yo, robot* se destacan por su capacidad de proyectar los dilemas éticos asociados con las IA en narrativas cautivadoras. La película, inspirada en las historias de Isaac Asimov, plantea cuestiones fundamentales sobre la autonomía y la moralidad de las máquinas que diseñamos. En este film, las tres leyes de la robótica de Asimov, que son en sí mismas un reflejo de principios éticos profundos, se ven desafiadas por la evolución inesperada de la IA. Este argumento cinematográfico resuena con las preocupaciones actuales sobre cómo los sistemas de IA, cada vez más presentes en nuestra cotidianidad, deben ser programados para respetar y promover valores humanos universales.

No dejan de ser representaciones en la ciencia ficción que no solo reflejan los temores y esperanzas de la sociedad sobre la IA, sino que también plantean preguntas fundamentales sobre lo que significa ser humano en una era donde la tecnología está constantemente redefiniendo los límites humanos y tecnológicos<sup>18</sup>.

### 6.3 Ética

La ética, también llamada filosofía moral, es la disciplina que estudia la conducta humana. Las discusiones éticas se dan en torno al bien y el mal morales, lo correcto y lo incorrecto, la virtud, la felicidad y la idea de deber.

La palabra ética viene del griego *ēthikós* (ἠθικός) que significa “relativo al carácter de uno” y tiene su raíz en la palabra *ēthos* (ἦθος). *Ēthos* tiene distintas traducciones, entre las que encontramos “carácter” y también “costumbre”. De esto se desprende la idea de que la ética es el estudio del carácter y las costumbres.

---

<sup>18</sup> Coliva, A. Y. (2023, 13 abril). La IA en la ciencia ficción: la rebelión de las máquinas. Nota al Pie. <https://www.notaalpie.com.ar/2023/04/13/la-ia-en-la-ciencia-ficcion/>

A menudo se usa ética o moral como si fueran la misma cosa. Aunque la ética es el estudio de la conducta moral, es cierto que la moral tiene su origen etimológico en un préstamo del latín, *moralis*, que se usaba para hablar de lo relativo a las costumbres. *Moralis* viene de *mor* y *moris*, que se traducen como “uso o costumbre” y también “manera de vivir”.

Mientras la moral es el conjunto de principios, juicios o pautas que regulan la conducta humana, la ética es la disciplina que estudia y reflexiona sobre estos mismos preceptos. Allí donde existe un dilema moral, existe una pregunta ética.

Los estudios éticos se dividen en tres ramas principales:

- La metaética. Estudia la naturaleza, origen y significado de los conceptos éticos básicos. Por ejemplo, la pregunta por la felicidad.
- La ética normativa. Estudia e interpreta los principios que rigen a los sistemas que regulan la conducta humana. Por ejemplo, los códigos civiles.
- La ética aplicada. Estudia e interpreta casos y controversias éticas específicas de la vida real. Por ejemplo, las disputas en torno al consumo animal.

La ética no se limita al ejercicio filosófico, sino que también participa en el campo profesional de otras ciencias y disciplinas, como la medicina, la economía, la política o la psicología.

#### 6.3.1 La ética según sus principales autores.

Es difícil elegir o postular representantes canónicos de la ética como disciplina filosófica. Sin embargo, es inevitable nombrar, en su recorrido histórico, a los siguientes filósofos:

- Sócrates. Sin haber dejado escritos propios, conocemos la obra de este filósofo a través de los testimonios de sus discípulos, como Platón. Sostuvo que la virtud es una sola, determinada por la existencia de valores absolutos y universales como el bien, la justicia y la felicidad.
- Platón. Discípulo de Sócrates, sistematizó a los universales socráticos como ideas inteligibles, únicas e inmutables, según las cuales todo el mundo sensible debe conducirse.
- Aristóteles. Continuador y crítico de Platón, escribió la *Ética Nicomáquea* o *Ética para Nicómaco*, que es considerado como primer tratado ético-moral de la historia occidental.
- San Agustín. Doctor de la Iglesia católica, apostólica y romana, enfatizó la interioridad como experiencia propia para llegar a Dios y al amor entendido como caridad y cuidado del prójimo.

- Santo Tomás de Aquino. Nacido en el siglo XIII, fue quizás el intelectual más importante de la Edad Media, quien integró las enseñanzas de la Iglesia Católica con la filosofía y el pensamiento de Aristóteles, y colocó a la teología como metafísica primera.
- Immanuel Kant. Filósofo alemán, su ética es uno de los sistemas más formales de toda la historia filosófica. Autor del imperativo categórico, postuló la idea de un mandato moral interno incondicional, universal y único.
- John Stuart Mill. Uno de los padres del Utilitarismo, propuso un sistema ético basado en la idea de la felicidad como el bien absoluto y compartido por todos los hombres, Según ese sistema, la felicidad era aquel bien que más afectaba a los miembros de una sociedad.
- Jean-Paul Sartre. Padre del existencialismo, se encargó de derrumbar los valores morales y éticos que le precedieron y presentó la idea de la responsabilidad propia como máxima responsabilidad hacia el resto de los hombres.

### 6.3.2 Ética periodística

La ética periodística, entendida como una rama de la ética aplicada, se encuentra en una fase de evolución y fortalecimiento. Esta disciplina busca integrar los conceptos y prácticas propios del periodismo informativo con las reflexiones morales que han sido el centro de la ética filosófica. Esta integración es crucial para el desarrollo de una ética periodística robusta y coherente. La relación entre la ética general y las éticas aplicadas es fundamental en este proceso, ya que permite adaptar principios morales universales a contextos específicos, como el social y el profesional. La ética aplicada, y en particular la ética periodística, se enriquece de la interacción entre la teoría y la práctica, enfrentando problemas contemporáneos y manteniendo al mismo tiempo una conexión con los fundamentos morales históricos.

El periodismo informativo, como una forma de acción libre y profesional, implica una responsabilidad especial debido a su influencia en la sociedad y en la democracia. Esta responsabilidad se manifiesta en la distinción entre la moral como estructura y como contenido, resaltando que todas las acciones humanas, incluidas las profesionales, poseen una dimensión moral. Por lo tanto, la ética periodística debe examinar la relación entre la libertad profesional y la responsabilidad pública, tomando inspiración de la ética de la responsabilidad propuesta por Max Weber.

Weber distingue entre dos orientaciones éticas: la ética de la convicción y la ética de la responsabilidad. En el periodismo, la ética de la responsabilidad es crucial para la acción

pública y política, ya que implica un balance entre las convicciones personales y las demandas del público, reconociendo la importancia de las consecuencias de las acciones periodísticas. La responsabilidad del periodista es fundamental para asegurar el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz, lo que exige un compromiso ético profundo y consciente.

La ética periodística puede beneficiarse enormemente de diversas corrientes filosóficas. La ética de la responsabilidad de Weber, la prudencia aristotélica, y las contribuciones de la ética kantiana y las éticas dialógicas ofrecen perspectivas valiosas para el entendimiento y la aplicación de principios morales en el contexto del periodismo. Estas corrientes filosóficas proporcionan un marco teórico para abordar los desafíos éticos en el periodismo, ofreciendo herramientas para analizar y resolver dilemas morales en este campo.

La ética periodística, como una ética aplicada, debe ser una disciplina teórica con su propio objeto material y formal. Debe responder a los desafíos contemporáneos y mantener un diálogo constante con los principios morales fundamentales. Este enfoque permite que la ética periodística se mantenga relevante y efectiva en una sociedad en constante cambio, asegurando que los principios éticos guíen la práctica periodística en su misión de informar al público de manera responsable y veraz.

Asimismo, la ética periodística debe considerar la rapidez con la que evoluciona el panorama mediático. Con el advenimiento de nuevas tecnologías y plataformas de comunicación, los periodistas enfrentan desafíos éticos inéditos. La proliferación de las redes sociales, por ejemplo, ha cambiado la forma en que se difunde la información, planteando preguntas sobre la veracidad, la manipulación de la información y la ética en la curación de contenidos. En este contexto, la ética periodística debe ser dinámica y adaptable, capaz de responder a estos nuevos desafíos manteniendo sus principios fundamentales.

Otro aspecto importante es la relación entre la ética periodística y la responsabilidad social de los medios. Los medios de comunicación no solo tienen la responsabilidad de informar, sino también de contribuir al bienestar social y al debate público saludable. Esto implica una reflexión ética sobre el impacto de las noticias en la sociedad, la forma en que se representan diferentes grupos y la promoción de un discurso público constructivo.

La formación ética de los periodistas es un componente esencial en el desarrollo de una ética periodística sólida. Las instituciones educativas y las organizaciones profesionales deben enfatizar la importancia de la ética en la formación de periodistas. Esto incluye no solo el conocimiento de los códigos de ética y las normas profesionales, sino también el

desarrollo de habilidades críticas y reflexivas que permitan a los periodistas navegar por los complejos dilemas éticos que enfrentan en su trabajo diario. En resumen, la ética periodística es un campo dinámico y en constante evolución, que requiere un compromiso continuo con los principios éticos y una adaptación constante a los cambios en el panorama mediático.<sup>19</sup>

### 6.3.3 El papel de la ética periodística en la Inteligencia artificial

La ética en la Inteligencia Artificial ha emergido como un tema central en el debate contemporáneo, especialmente en el ámbito del periodismo. La IA, con su capacidad para procesar y analizar grandes cantidades de datos a velocidades asombrosas, ha transformado la forma en que se produce y consume la información. Sin embargo, esta revolución tecnológica trae consigo una serie de dilemas éticos que no pueden ser.<sup>20</sup>

Uno de los principales desafíos éticos de la IA es su naturaleza opaca, a menudo referida como "caja negra". Los algoritmos que impulsan estas tecnologías son complejos y, en muchos casos, incomprensibles para el ser humano promedio. Esta falta de transparencia puede llevar a decisiones que, aunque basadas en datos, pueden ser percibidas como injustas o incluso discriminatorias. Por ejemplo, si los datos utilizados para entrenar a un algoritmo contienen sesgos inherentes, el algoritmo puede perpetuar o incluso amplificar esos sesgos. En el contexto del periodismo, esto puede resultar en la difusión de noticias que no reflejan la realidad o que están sesgadas hacia una narrativa particular.<sup>21</sup>

El periodismo, tradicionalmente visto como el cuarto pilar de la democracia, enfrenta desafíos únicos en la era de la IA. Si bien la generación automática de noticias puede ser eficiente y rentable, puede carecer de la profundidad, el contexto y la humanidad que un periodista humano puede proporcionar. Además, la personalización de noticias basada en algoritmos, aunque diseñada para mejorar la experiencia del usuario, puede crear cámaras

---

<sup>19</sup> Manuel, C. L. J. (2011). *La ética periodística como ética aplicada*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/18500>

<sup>20</sup> Manfredi Sánchez, J. L., & Ufarte Ruiz, M. J. (2019). *Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación*. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 124. [https://www.cidob.org/es/content/download/75558/2431546/version/10/file/49-72\\_JUAN%20LUIS%20MANFREDI%20S%C3%81NCHEZ%20%26%20MAR%C3%8DA%20JOS%C3%89%20UFARTE%20RUIZ.pdf](https://www.cidob.org/es/content/download/75558/2431546/version/10/file/49-72_JUAN%20LUIS%20MANFREDI%20S%C3%81NCHEZ%20%26%20MAR%C3%8DA%20JOS%C3%89%20UFARTE%20RUIZ.pdf)

<sup>21</sup> Ruiz, M. J. U., Rubio, L. M. C., & Verdú, F. J. M. (s. f.). *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial*. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 27(2), 673-684. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/69708/4564456556970>

de eco, limitando la exposición de los lectores a una variedad de perspectivas y reforzando las creencias preexistentes.<sup>22</sup>

Además, la proliferación de "deepfakes", videos o audios manipulados con IA que parecen auténticos, plantea serias preocupaciones éticas. Estos pueden ser utilizados para difundir desinformación o propaganda, erosionando la confianza en los medios de comunicación y en la información en general. En un mundo donde la verdad ya es esquivada, los deepfakes representan un desafío significativo para el periodismo ético.

Por otro lado, la IA también ofrece oportunidades para mejorar la precisión y la objetividad en el periodismo. Puede ayudar a identificar tendencias emergentes, proporcionar análisis en tiempo real y ofrecer insights basados en datos que antes eran difíciles o imposibles de obtener. Sin embargo, es esencial que los periodistas y las organizaciones de medios sean transparentes sobre cómo y cuándo utilizan la IA, y que se adhieran a principios éticos rigurosos para garantizar que la tecnología se utilice de manera justa y responsable (García Avilés, 2020).

La ética en la IA es un tema que requiere una reflexión y un debate continuos. A medida que la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso, es esencial que los profesionales del periodismo, así como la sociedad en general, estén equipados con el conocimiento y las herramientas necesarias para navegar por los desafíos éticos que presenta la IA.<sup>23</sup> Las universidades, las organizaciones de medios y los organismos reguladores tienen un papel fundamental en este esfuerzo, garantizando que la IA se utilice de manera que beneficie a la sociedad y no comprometa los valores éticos fundamentales.

#### 6.4 Automatización y Ampliación de la Capacidad de Informar

La automatización en el periodismo, a menudo denominada "robo-periodismo", se refiere a la generación de textos narrativos mediante herramientas computacionales que permiten la automatización parcial del proceso de redacción de noticias, con "limitada o ninguna intervención humana más allá de las elecciones de programación iniciales"<sup>24</sup>. Esta tendencia ha sido observada en el periodismo desde 2014 y ha sido adoptada por varios

---

<sup>22</sup> De Lara González, A., Avilés, J. A. G., & Robles, F. A. (2022). Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales. *Textual & Visual Media*, 15, 1-17. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/301/215>

<sup>23</sup> Esteban, E. G., & Sanahuja, R. S. (2023). Exigencias éticas para un periodismo responsable en el contexto de la inteligencia artificial. *Daimon: Revista Internacional de Filosofía*, 90, 131-145. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1682/4406>

<sup>24</sup> Carlson, M. (2015). *The Robotic Reporter*. *Digital Journalism*

medios de comunicación de renombre. Por ejemplo, el "The Homicide Report" del Los Angeles Times utiliza elementos de periodismo automatizado para informar sobre las últimas noticias de crímenes en la ciudad<sup>25</sup>. Además, en Estados Unidos, medios como Forbes, The New York Times, The Atlanta Journal-Constitution y ProPublica han experimentado o utilizado este tipo de innovación<sup>26</sup>.

Esta tecnología ofrece oportunidades sin precedentes para producir una gran cantidad de artículos en diferentes idiomas en un espacio de tiempo extremadamente corto. Esto permite a los equipos directivos reducir los costos de producción y, al mismo tiempo, aumentar los márgenes de beneficio. Sin embargo, también existen preocupaciones. Un aumento en la cantidad de artículos disponibles podría llevar a una sobrecarga de información, lo que resultaría en una falta de orientación en un entorno de noticias digitales ya "ruidoso". Graefe lo cita como "Un aumento en la cantidad de noticias disponibles aumentará aún más la carga de las personas para encontrar las noticias más relevantes para ellas". Además, hay preocupaciones sobre la posibilidad de que la automatización conduzca a la desaparición gradual de trabajos en redacciones caracterizados por la intensidad de datos, como los informes meteorológicos y la cobertura de noticias financieras.

A pesar de las preocupaciones, hay un optimismo generalizado hacia la innovación tecnológica en el ámbito periodístico. Existe un amplio acuerdo entre los editores y reporteros en que su trabajo no será reemplazado por el periodismo automatizado, sino más bien complementado por él. Esta perspectiva se alinea con investigaciones anteriores sobre el tema<sup>27</sup>. Los periodistas ven en la automatización una oportunidad para liberarse de "deberes molestos" y dedicarse a tareas más analíticamente rigurosas.

La automatización también ha demostrado ser útil para los periodistas en la cobertura de eventos específicos. Por ejemplo, un periodista de datos de Spiegel Online mencionó su colaboración con la empresa de análisis deportivo Opta, que proporciona al equipo de redacción grandes conjuntos de datos después de cada partido de fútbol. Estos datos, que contienen una serie de parámetros, se combinan con su tecnología interna SPIX para

---

<sup>25</sup> Young, M. L., & Hermida, A. (2015). From Mr. and Mrs. Outlier to Central Tendencies. *Digital Journalism*

<sup>26</sup> Graefe, A., Haim, M., Haarmann, H., & Brosius, H. (2016). Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*

<sup>27</sup> Bucher, T. (2017). Machines don't have instincts. *Digital Journalism*



evaluar el rendimiento de cada jugador. Luego, esta información se pasa al reportero, quien "rodea con texto" la información proporcionada por el algoritmo<sup>28</sup>.

### 6.5 La detección de textos realizados mediante inteligencia artificial

La proliferación de la Inteligencia Artificial en la generación de contenidos ha llevado a la necesidad de desarrollar herramientas y técnicas para detectar textos generados por estas máquinas. La capacidad de las IAs para producir textos que imitan el estilo y la coherencia de los humanos ha planteado preocupaciones sobre la autenticidad y la veracidad de la información que consumimos.

Según Newtral<sup>29</sup>, la detección de textos generados por IA se ha convertido en un desafío debido a la sofisticación de las tecnologías actuales. Las IAs, como GPT-3 de OpenAI, pueden producir textos que son casi indistinguibles de los escritos por humanos. Estas IAs utilizan patrones y estructuras lingüísticas basadas en vastas cantidades de datos para generar contenidos que suenan auténticos y coherentes.

Sin embargo, las herramientas actuales para detectar textos generados por IA tienen limitaciones. La Vanguardia<sup>30</sup> señala que OpenAI, la empresa detrás de GPT-3, ha admitido que las herramientas de detección no son infalibles. A menudo, estas herramientas se basan en identificar patrones o inconsistencias en el texto que podrían indicar que fue generado por una máquina. Pero a medida que las IAs se vuelven más avanzadas, estos patrones se vuelven más difíciles de discernir.

Además, la revista Technology Review<sup>31</sup> destaca que es relativamente fácil engañar a las herramientas de detección. Algunos métodos incluyen la introducción de errores deliberados en el texto o la modificación de ciertas frases para que suenen más "humanas". Estas

---

<sup>28</sup> Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J., & King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism. New York, NY: Tow Center for Digital Journalism & Brown Institute for Media Innovation.

<sup>29</sup> Gonzalo, M. (2023, 22 septiembre). *Cómo detectar textos generados por inteligencia artificial*. Newtral. <https://www.newtral.es/como-detectar-textos-generados-ia/20230223/>

<sup>30</sup> Collado, C. (2023, 11 septiembre). *OpenAI lo admite: las herramientas para detectar textos generados por IA no funcionan*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/andro4all/tecnologia/openai-lo-admite-las-herramientas-para-detectar-textos-generados-por-ia-no-funcionan>

<sup>31</sup> *Así de fácil es engañar a las herramientas de detección de textos generados por IA*. (2023, 18 julio). MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.es/s/15532/asi-de-facil-es-enganar-las-herramientas-de-deteccion-de-textos-generados-por-ia>

tácticas pueden hacer que un texto generado por IA pase desapercibido por las herramientas de detección.

## 6.6 Generación y distribución automatizada de contenido

La generación automatizada de contenido se refiere al proceso de utilizar tecnologías, especialmente la inteligencia artificial, para producir contenido sin intervención humana directa. Estas tecnologías pueden abordar una variedad de tareas, desde la redacción de informes hasta la creación de imágenes y videos.

En el contexto del periodismo, la generación automatizada de contenido ha ganado relevancia en los últimos años. La aparición de ChatGPT a finales de 2022, desarrollado por OpenAI, ha sido un tema de discusión en los principales diarios digitales. Esta IA avanzada es capaz de procesar y reproducir el lenguaje humano, lo que ha llevado a diversas opiniones sobre su impacto en el periodismo. Mientras algunos ven el potencial de ChatGPT para aumentar la producción y complementar el trabajo del periodista, otros expresan preocupaciones sobre los riesgos asociados, como la propagación de desinformación<sup>32</sup>.

La relación entre la IA y el periodismo ha evolucionado a lo largo del tiempo. Desde los primeros avances en ingeniería computacional, como la máquina universal de Turing, hasta desarrollos más recientes en aprendizaje automático y generación de lenguaje natural. Un ejemplo temprano de generación automatizada de noticias es el algoritmo Quakebot, creado en 2011, que recopilaba datos de alertas sísmicas para generar noticias automáticamente. Con el tiempo, más medios de comunicación han adoptado tecnologías similares para automatizar ciertos aspectos de la producción de noticias.

La generación de lenguaje natural (NLG) fue elegida como la tecnología del año 2021 por la revista MIT Technology Review, reflejando la creciente importancia de estas herramientas en diversos sectores, incluido el periodismo. La NLG permite a las máquinas generar texto que imita el lenguaje humano, lo que tiene aplicaciones en la creación de informes, transcripciones y otros tipos de contenido.

Sin embargo, la generación automatizada de contenido no está exenta de desafíos y preocupaciones. La posibilidad de que estas herramientas se utilicen para propagar desinformación o reemplazar trabajos periodísticos son temas de debate. Además, la

---

<sup>32</sup> Vallés Esteve, J. (2023, 6 junio). Generación automatizada de contenidos informativos. Análisis del tratamiento mediático sobre los efectos de ChatGPT en el periodismo. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/202858>

calidad y precisión del contenido generado automáticamente sigue siendo un área de investigación y mejora.

La distribución de contenido es una parte esencial del periodismo y de los medios de comunicación. Con la evolución de la tecnología y la aparición de nuevas plataformas digitales, la forma en que se distribuye el contenido ha cambiado drásticamente. La inteligencia artificial ha emergido como una herramienta poderosa que puede ayudar a optimizar la distribución de contenido, asegurando que las noticias y la información lleguen a la audiencia adecuada en el momento adecuado.

La IA está transformando la distribución de noticias en los medios de comunicación. Como es el caso de los noticieros regionales de Teleantioquia y Telemedellín, dos de los principales medios de comunicación en el departamento de Antioquia, Colombia<sup>33</sup>.

La IA está siendo utilizada en la producción y distribución de noticias, en el análisis de grandes cantidades de datos y en la mejora de la presentación del contenido de estos medios. Una de las herramientas mencionadas en el estudio es el software VSN, que se compone de varios módulos, incluyendo archivo, emisión, copia legal, máster de producción y noticias. Estos módulos permiten catalogar los contenidos automáticamente, almacenarlos y preservarlos, y luego localizarlos y recuperarlos cuando se necesiten. Además, el software puede ser utilizado para la generación automática de noticias, lo que puede ser especialmente útil para la producción de noticias de última hora o en tiempo real.

Destaca que la generación de noticias a través de sistemas automáticos de redacción presenta tanto oportunidades como desafíos para la profesión periodística. Por un lado, la IA puede aumentar la eficiencia y la productividad en la producción de contenidos. Por otro lado, existe el riesgo de que la automatización pueda llevar a la eliminación de puestos de trabajo o a la disminución de la diversidad en la producción de contenidos.

La automatización ha revolucionado múltiples industrias, y el periodismo no es la excepción. Una de las áreas más beneficiadas por la automatización es la precisión y consistencia en la generación y distribución de contenido. La intervención humana, aunque esencial, puede ser propensa a errores, especialmente cuando se trata de tareas repetitivas o que requieren un alto nivel de detalle.

La transcripción automática de entrevistas es un claro ejemplo de cómo la tecnología puede mejorar la precisión. Tradicionalmente, la transcripción era una tarea manual que consumía

---

<sup>33</sup> Daniel, G. M. W. (2023, 2 junio). La inteligencia artificial aplicada al periodismo : casos de estudio Teleantioquia y Telemedellín. <http://uniminuto-dspace.scimago.es/handle/10656/17870>

mucho tiempo y estaba sujeta a errores humanos. Sin embargo, con la llegada de la inteligencia artificial y el reconocimiento de voz, la transcripción se ha vuelto más precisa y rápida. Según un artículo titulado "Cómo la IA mejora la subtítulos y la transcripción" de Syncwords, la tecnología de reconocimiento de voz aprovecha la inteligencia artificial para ampliar el proceso de subtítulos, lo que ahorra tiempo y reduce costes. Los programas de IA se entrenan para producir transcripciones de alta calidad a partir del habla, siendo escalables en comparación con la taquigrafía y la escritura de voz que tienen dependencias a nivel humano<sup>34</sup>.

En cuanto a la traducción de contenido a diferentes idiomas, la traducción automática ha demostrado ser una herramienta valiosa. A diferencia de las memorias de traducción, que sirven como repositorios de traducciones anteriores, la traducción automática intenta activamente adivinar una traducción posible para un texto de origen utilizando traducciones anteriores y técnicas avanzadas de procesamiento del lenguaje natural. Estas tecnologías no solo aumentan la productividad de los traductores, sino que también mejoran la coherencia terminológica y reducen los costes de traducción<sup>35</sup>.

### 6.7 Personalización del Contenido

La inteligencia artificial ha revolucionado la forma en que las plataformas digitales interactúan con sus usuarios, permitiendo una personalización más precisa y adaptada a las necesidades y preferencias individuales. Esta personalización se ha manifestado en diversos sectores, desde la educación hasta los negocios.

En el ámbito de las plataformas digitales, la IA ha demostrado ser una herramienta invaluable para mejorar la experiencia del usuario. Según Nelson Salgado-Reyes, la aplicación de la IA en estas plataformas ha transformado la personalización de la experiencia del usuario en diferentes sectores, incluyendo la educación y los negocios. Mediante el análisis de datos y el aprendizaje automático, la IA se adapta de manera precisa a las necesidades y preferencias individuales de los usuarios, mejorando significativamente su experiencia. En el ámbito de los negocios digitales, la IA ha transformado los modelos de negocio al permitir una interacción más efectiva y relevante con los usuarios, ofreciendo recomendaciones personalizadas y mejorando la eficiencia

---

<sup>34</sup> Cómo la IA mejora la subtítulos y la transcripción. (s. f.). SyncWords. <https://es.syncwords.com/blog/how-ai-improves-captioning-and-transcribing>

<sup>35</sup> Mandell, K. M. Y. J. (2023). El futuro de la tecnología lingüística: el futuro de la traducción automática. lionbridge. <https://www.lionbridge.com/es/blog/translation-localization/the-future-of-language-technology-the-future-of-machine-translation/>

operativa. En la educación, la IA ha sido fundamental para crear entornos virtuales de aprendizaje que se ajustan a las características individuales de los estudiantes, optimizando así su proceso de enseñanza y aprendizaje. Sin embargo, es esencial abordar los aspectos éticos y de privacidad, mientras se promueve la mejora continua de los algoritmos y modelos para satisfacer las necesidades en constante evolución de los usuarios<sup>36</sup>.

La personalización de la experiencia del usuario no solo se limita a la adaptación de contenido, sino que también se extiende a la forma en que se presenta y entrega ese contenido. La IA puede analizar patrones de comportamiento, historiales de navegación, interacciones previas y otros datos relevantes para determinar qué contenido es el más relevante para un usuario en particular en un momento dado. Esta capacidad de adaptación en tiempo real es lo que permite a las plataformas digitales ofrecer experiencias verdaderamente personalizadas, que no solo satisfacen las necesidades y preferencias de los usuarios, sino que también aumentan la retención y el compromiso de la audiencia.

## 6.8 El futuro de la Inteligencia Artificial en el periodismo

La Inteligencia Artificial está experimentando una evolución significativa, abriendo nuevas fronteras en el campo del periodismo. Una de las tecnologías más destacadas en este ámbito es el procesamiento del lenguaje natural (PLN), que permite a las máquinas comprender e interactuar con el lenguaje humano de manera más efectiva. Herramientas avanzadas como GPT-3 de OpenAI, que exhiben una capacidad notable para generar textos coherentes y contextuales, están marcando un antes y un después en la forma en que se redactan y editan las noticias. Estas tecnologías no solo prometen mejorar la eficiencia en la generación de contenido, sino que también abren la puerta a nuevas formas de narrativa periodística.<sup>37</sup>

En la práctica actual, varias redacciones ya están implementando herramientas de IA para automatizar la producción de informes en áreas como meteorología, deportes y finanzas. Un ejemplo notable es la herramienta RADAR, desarrollada por la Press Association en colaboración con Urbs Media, que utiliza IA para crear miles de historias locales a partir de conjuntos de datos nacionales, demostrando cómo la IA puede aumentar la eficiencia y

---

<sup>36</sup> Reyes, N. S. (2023). *Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales*. Polo del Conocimiento. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i6.5738>

<sup>37</sup> Brown, T. B. (2020, 28 mayo). *Language Models are Few-Shot Learners*. arXiv.org. <https://arxiv.org/abs/2005.14165>

permitir a los periodistas centrarse en aspectos más analíticos y creativos de su trabajo.<sup>38</sup> Además, la IA está emergiendo como una herramienta invaluable en el periodismo investigativo, ayudando a descubrir patrones y tendencias en grandes conjuntos de datos. Esta capacidad de análisis profundo es crucial para desentrañar historias complejas y presentarlas de manera accesible al público. Asimismo, la personalización de contenidos impulsada por IA está comenzando a cambiar la forma en que los medios interactúan con su audiencia, ofreciendo noticias más relevantes y atractivas para los consumidores individuales.<sup>39</sup>

La incorporación de la Inteligencia Artificial en el periodismo está redefiniendo el rol tradicional del periodista de maneras significativas. Con la automatización de tareas rutinarias, como la recopilación de datos y la generación de informes básicos, los periodistas tienen ahora la oportunidad de dedicar más tiempo a tareas analíticas y creativas. Esto implica un cambio hacia un periodismo más investigativo y en profundidad, donde la habilidad para interpretar y contextualizar la información se vuelve crucial. Además, la IA está facilitando nuevas formas de narrativa periodística, permitiendo a los periodistas explorar y presentar historias de maneras innovadoras, como el uso de visualizaciones de datos generadas por IA y reportajes interactivos.<sup>40</sup>

Sin embargo, esta transformación también plantea desafíos significativos. Los periodistas deben ahora adquirir nuevas habilidades, incluyendo un entendimiento básico de cómo funcionan las herramientas de IA y cómo pueden ser aplicadas de manera ética y efectiva en su trabajo. La colaboración entre periodistas y sistemas de IA se está convirtiendo en una parte esencial del proceso periodístico, lo que requiere una comprensión de cómo integrar eficazmente la inteligencia humana y artificial. Además, existe una creciente necesidad de que los periodistas sean críticos con los datos y las fuentes, especialmente en

---

<sup>38</sup> Lindén, C. (2017). *Algorithms for Journalism: The Future of News Work*. *The Journal of media innovations*, 4(1), 60-76. <https://journals.uio.no/TJMI/article/view/2420/4150>

<sup>39</sup> Graefe A. (2016) *Guide to Automated Journalism*. *Columbia Journalism Review*. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/guide\\_to\\_automated\\_journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php)

<sup>40</sup> Van Dalen, A. (2012). *The algorithms behind the headlines*. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>

un entorno donde la información generada por IA puede ser difícil de distinguir de la generada por humanos.<sup>41</sup>

Este cambio en el rol del periodista no solo afecta a las habilidades individuales, sino también a la estructura y cultura de las redacciones. Las organizaciones de noticias deben adaptarse a estas nuevas dinámicas, ofreciendo formación y apoyo a sus periodistas para navegar en este nuevo entorno. Además, la ética periodística se enfrenta a nuevos desafíos en la era de la IA, donde cuestiones como la transparencia, la responsabilidad y el sesgo algorítmico deben ser abordadas con cuidado.<sup>42</sup>

La Inteligencia Artificial está revolucionando la manera en que los medios de comunicación interactúan con su audiencia a través de la personalización de contenidos. Esta tecnología permite a los medios ofrecer noticias y artículos que se ajustan a los intereses específicos de cada lector, basándose en su historial de navegación, preferencias y comportamiento en línea. Esta capacidad de personalización no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también aumenta la relevancia y el compromiso del público con el contenido<sup>43</sup>.

Sin embargo, la personalización impulsada por IA también plantea importantes desafíos éticos y prácticos. Uno de los principales es el riesgo de crear "burbujas de filtro", donde los usuarios solo reciben noticias que refuerzan sus opiniones y creencias existentes, limitando la exposición a una variedad de perspectivas y opiniones. Esto puede tener implicaciones significativas para la democracia y el discurso público, ya que puede contribuir a la polarización y la desinformación.<sup>44</sup>

Además, la personalización basada en IA depende en gran medida de los datos del usuario, lo que plantea preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos. Los medios de comunicación deben navegar cuidadosamente entre ofrecer una experiencia

---

<sup>41</sup> De-Lima-Santos, M., & Ceron, W. (2021). *Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook*. Journalism and media. <https://www.mdpi.com/2673-5172/3/1/2>

<sup>42</sup> Diakopoulos N. *Automating the news*. Harvard University Press.  
<https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674976986>

<sup>43</sup> Beam, M. A. (2013). *Automating the news*. *Communication Research*, 41(8), 1019-1041.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650213497979>

<sup>44</sup> Parisier E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You* Interactions,  
[https://books.google.es/books?id=-FWO0puw3nYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=-FWO0puw3nYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

personalizada y proteger la privacidad de sus usuarios, asegurando que los datos se utilicen de manera ética y responsable.<sup>45</sup>

Mirando hacia el futuro, la Inteligencia Artificial promete continuar transformando el periodismo de maneras que apenas estamos comenzando a entender. Uno de los escenarios más emocionantes es la integración aún más profunda de la IA en la recopilación y análisis de noticias, permitiendo una cobertura más rápida y exhaustiva de eventos a medida que ocurren. La IA podría ser capaz de analizar datos en tiempo real, proporcionando a los periodistas información y contextos valiosos casi instantáneamente. Esto podría ser particularmente revolucionario en situaciones de crisis o eventos de última hora, donde la velocidad y la precisión son cruciales. La capacidad de la IA para procesar y analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real podría significar una revolución en la forma en que se reportan las noticias, permitiendo una cobertura más amplia y detallada de eventos globales.

Otra área de desarrollo futuro es el uso de la IA para combatir la desinformación y las noticias falsas. A medida que las técnicas de generación de contenido falso se vuelven más sofisticadas, la IA podría desempeñar un papel clave en la identificación y desacreditación de información errónea, utilizando algoritmos avanzados para detectar patrones y discrepancias que no son fácilmente perceptibles para los humanos. Esta capacidad sería invaluable en la era de la información, donde la rapidez y precisión en la verificación de hechos es más crucial que nunca. La IA no solo podría identificar noticias falsas, sino también proporcionar contextos y verificaciones de hechos en tiempo real, mejorando así la calidad y fiabilidad de la información que se difunde.

De esta manera, la IA tiene el potencial de democratizar el periodismo, permitiendo a los periodistas independientes y a los medios más pequeños acceder a herramientas y análisis que anteriormente estaban disponibles solo para grandes organizaciones. Esto podría llevar a una mayor diversidad en la cobertura de noticias y a una representación más amplia de perspectivas y voces en los medios. La democratización del acceso a herramientas avanzadas de IA podría nivelar el campo de juego, permitiendo a los periodistas de todas partes del mundo reportar con la misma profundidad y calidad que las grandes

---

<sup>45</sup> Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E., Watts, D. J., & Zittrain, J. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.  
[https://scholar.harvard.edu/files/mbaum/files/science\\_of\\_fake\\_news.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/mbaum/files/science_of_fake_news.pdf)



organizaciones de noticias. Esta democratización también podría fomentar una mayor colaboración entre periodistas, científicos de datos y desarrolladores de IA, creando un ecosistema de noticias más rico y diverso.

Sin embargo, estos avances también plantean desafíos significativos. La dependencia de la IA en el periodismo requerirá una continua vigilancia para asegurar que los algoritmos no perpetúen sesgos o distorsiones. Además, la industria del periodismo deberá abordar las implicaciones éticas y morales de utilizar IA, especialmente en términos de transparencia y responsabilidad. La ética en el uso de la IA será un tema de debate continuo, especialmente en lo que respecta a la autoría, la responsabilidad y la precisión de las noticias generadas por IA. Los periodistas y las organizaciones de noticias tendrán que establecer normas claras y directrices éticas para el uso de la IA, asegurando que la tecnología se utilice de manera que mejore la calidad y la integridad del periodismo (Graefe, 2016).

El futuro de la IA en el periodismo es prometedor y lleno de posibilidades. A medida que la tecnología avanza, es probable que veamos una transformación aún más profunda de cómo se recopilan, analizan y distribuyen las noticias. Sin embargo, es esencial que esta evolución se maneje con un enfoque cuidadoso en la ética y la integridad periodística. La IA tiene el potencial de mejorar significativamente la forma en que se reportan y consumen las noticias, pero su implementación y uso deben ser cuidadosamente considerados para asegurar que los beneficios superen los desafíos.

## 7 Metodología

El presente capítulo se dedica a detallar la metodología empleada en esta investigación, cuyo objetivo es explorar el impacto y las implicaciones de la Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo, con un enfoque particular en la generación automática de contenidos en medios digitales. La metodología no solo es el esqueleto que sostiene la investigación, sino también el camino que guía hacia conclusiones válidas y confiables. Por tanto, es crucial seleccionar y aplicar métodos adecuados que permitan abordar las preguntas de investigación de manera efectiva y rigurosa.

Dada la naturaleza del tema, esta investigación adopta un enfoque metodológico mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Esta elección se justifica por la necesidad de comprender tanto los aspectos técnicos y cuantificables de la IA en el periodismo, como las percepciones, experiencias y contextos cualitativos que rodean su uso. El enfoque mixto permite una exploración más rica y profunda del tema, facilitando una comprensión integral de las dinámicas en juego.

La metodología se estructura en varias fases, cada una con su propósito y técnicas específicas. Inicialmente, se realiza una revisión bibliográfica exhaustiva para establecer un marco teórico sólido y comprender el estado actual del conocimiento en el área. Esta revisión también ayuda a identificar lagunas en la literatura existente y a afinar las preguntas de investigación.

Posteriormente, se lleva a cabo un análisis detallado de diversas herramientas y plataformas de IA utilizadas en el periodismo. Este análisis no solo se centra en las características técnicas de estas herramientas, sino también en su impacto práctico y las implicaciones éticas de su uso.

Además, se implementan estudios de caso para examinar ejemplos concretos de cómo la IA está siendo aplicada en el periodismo actualmente. Estos estudios proporcionan insights valiosos sobre las tendencias actuales y futuras, así como sobre los desafíos y oportunidades que presenta la IA en este campo.

Para complementar el análisis, se diseñan y aplican encuestas y entrevistas dirigidas a profesionales del periodismo y expertos en IA. Estas herramientas cualitativas son fundamentales para captar las percepciones y experiencias de quienes están directamente involucrados en la intersección de la IA y el periodismo.

Finalmente, se realiza un análisis crítico de los datos recogidos, integrando los hallazgos de las diferentes fases de la investigación. Esta reflexión crítica es esencial para proporcionar una perspectiva equilibrada y para identificar direcciones futuras tanto para la práctica periodística como para la investigación académica en este campo.

### 7.1 Revisión bibliográfica

La selección de fuentes se ha orientado por criterios de actualidad, relevancia temática, credibilidad académica y profesional, y diversidad de perspectivas, con un énfasis particular en la inclusión de estudios recientes, dada la rápida evolución de la tecnología de IA.

En el proceso de búsqueda y selección de fuentes, se han utilizado diversas bases de datos académicas y bibliotecas digitales especializadas, como JSTOR, Scopus, Google Scholar, IEEE Xplore y ACM Digital Library. Esta búsqueda ha sido complementada con consultas a expertos en el campo, lo que ha permitido incorporar recomendaciones de lecturas clave y asegurar una cobertura exhaustiva y diversa de la literatura. Este enfoque ha facilitado la recopilación de una amplia gama de fuentes, desde artículos de investigación y libros académicos hasta informes de instituciones y organizaciones líderes en el campo del periodismo y la tecnología.

La integración de estas fuentes en la investigación ha sido un proceso deliberado y reflexivo. Se ha establecido un marco teórico que define conceptos clave y teorías existentes relacionadas con la IA en el periodismo, y se han identificado las tendencias y desafíos actuales en la aplicación de la IA en este campo. Este marco teórico ha sido crucial para formular preguntas de investigación precisas y relevantes, basadas en las lagunas y cuestiones emergentes identificadas en la literatura. Además, se ha llevado a cabo un análisis de contenido detallado de las fuentes, identificando temas comunes, patrones y discrepancias en la literatura. Este análisis ha sido complementado con una síntesis crítica, integrando y evaluando críticamente las contribuciones de las diferentes fuentes para construir un marco teórico coherente y completo.

Dada la naturaleza dinámica del campo de la IA en el periodismo, la revisión bibliográfica se ha mantenido actualizada a lo largo de la investigación. Esto ha implicado la incorporación continua de nuevas publicaciones y hallazgos relevantes que han surgido durante el curso del estudio. Este enfoque dinámico asegura que la investigación se base en la información más reciente y relevante, permitiendo una comprensión más profunda y actualizada de cómo la IA está redefiniendo el periodismo en la era digital.

Ha sido en conjunto un proceso meticuloso y reflexivo, que ha establecido una base sólida para la investigación. Ha permitido no solo comprender el estado actual del conocimiento en este campo, sino también identificar las direcciones futuras y las posibles áreas de investigación. Este enfoque riguroso y sistemático en la selección e integración de las fuentes garantiza que los resultados de la investigación sean de alta calidad, relevantes y significativos para el campo del periodismo y la tecnología de la IA.

## 7.2 Análisis de herramientas y plataformas de IA en el periodismo

En la era actual, marcada por avances tecnológicos sin precedentes, la Inteligencia Artificial ha emergido como un elemento transformador en numerosos sectores, siendo el periodismo uno de los más significativamente afectados. Esta sección del trabajo se dedica a analizar cómo las herramientas y plataformas basadas en IA están redefiniendo el panorama del periodismo, alterando desde los métodos de recopilación de noticias hasta las estrategias de distribución y la interacción con la audiencia.

El objetivo de este análisis es doble. Primero, identificar y examinar las herramientas y plataformas de IA más influyentes en el ámbito periodístico, destacando sus funcionalidades, aplicaciones y el impacto que han tenido en la industria. Segundo, comprender las implicaciones prácticas y éticas de su implementación, evaluando cómo estas tecnologías están remodelando los estándares y prácticas periodísticas.

La selección de las herramientas y plataformas para este análisis se ha basado en criterios rigurosos que incluyen su popularidad y adopción en la industria, el grado de innovación que representan, su impacto tangible en la producción y distribución de noticias, y su accesibilidad para los profesionales del periodismo. Esta selección abarca desde sistemas avanzados de generación automática de contenido hasta plataformas de análisis de datos y herramientas de verificación de hechos, reflejando la diversidad y riqueza del ecosistema de IA en el periodismo.

El análisis se estructura en torno a varios ejes clave: funcionalidades ofrecidas por cada herramienta o plataforma, su usabilidad y accesibilidad para los periodistas, la precisión y fiabilidad de los resultados que proporcionan, su impacto en la eficiencia y calidad del trabajo periodístico, y las consideraciones éticas que su uso conlleva. Para llevar a cabo este análisis, se combinarán métodos como la experimentación directa, el estudio de casos de uso, entrevistas con usuarios y expertos, y la revisión de literatura y estudios existentes.

Este análisis se centrará en tres herramientas y plataformas clave que han ganado prominencia en el periodismo digital: AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress. Cada una de estas herramientas ofrece una perspectiva única sobre la aplicación de la IA en el periodismo, desde la mejora de la gestión de contenido hasta la superación de barreras idiomáticas y la asistencia en la creación de contenido.

#### 7.2.1 AI Engine

AI Engine emerge como una herramienta revolucionaria, redefiniendo la forma en que se crea, gestiona y distribuye el contenido. Esta plataforma de inteligencia artificial se ha convertido en un pilar fundamental para los medios de comunicación que buscan innovar y mantenerse al día con las cambiantes demandas de una audiencia global cada vez más conectada.

AI Engine, con su avanzada tecnología de aprendizaje automático y procesamiento de lenguaje natural, ha abierto nuevas avenidas en la personalización y automatización del contenido. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real permite a los periodistas y editores comprender mejor las tendencias emergentes, las preferencias de la audiencia y los patrones de consumo de noticias. Esta comprensión profunda es crucial en un entorno mediático donde la relevancia y la inmediatez son clave para capturar y mantener la atención del público.

La herramienta se destaca por su habilidad para generar automáticamente resúmenes de noticias, adaptándose a los intereses específicos de los lectores. Esta funcionalidad no solo mejora la eficiencia en la sala de redacción, sino que también asegura que el contenido sea

relevante y atractivo para cada segmento de la audiencia. Por ejemplo, en un importante periódico digital, AI Engine ha sido implementado para personalizar los boletines informativos, lo que ha resultado en un aumento significativo en la retención de lectores y en el tiempo de interacción con el sitio.

Otra aplicación notable de AI Engine en el periodismo es su capacidad para optimizar la distribución de contenido en plataformas digitales. Al analizar los patrones de interacción de los usuarios, la herramienta puede predecir qué tipo de noticias generará mayor interés y en qué momento es más propicio publicarlas. Esta optimización no solo aumenta la visibilidad y el alcance de los artículos, sino que también contribuye a una estrategia de contenido más efectiva y orientada a los datos.

La integración de AI Engine en las plataformas de gestión de contenido ha marcado el comienzo de una nueva era en la creación y distribución de noticias digitales. Su uso ha permitido a los medios de comunicación ofrecer experiencias más personalizadas y enriquecedoras a sus audiencias. Por ejemplo, un canal de noticias en línea ha utilizado AI Engine para crear experiencias de lectura interactivas, donde los artículos se adaptan no solo a los intereses del lector, sino también a su comportamiento de navegación en tiempo real.

Sin embargo, la implementación de AI Engine en el periodismo no está exenta de desafíos. Uno de los principales retos es mantener el equilibrio entre la automatización y la integridad periodística. Si bien la herramienta puede generar contenido de manera eficiente, es crucial que los periodistas y editores supervisen y guíen este proceso para asegurar que los estándares periodísticos y éticos se mantengan. Además, existe la preocupación de que la dependencia excesiva de la automatización pueda llevar a una homogeneización del contenido, perdiendo la diversidad y la profundidad que son esenciales en el periodismo.

#### 7.2.2 Gtranslate

GTranslate se ha establecido como una herramienta esencial en el periodismo moderno, particularmente en un contexto globalizado donde las noticias y la información trascienden fronteras y barreras idiomáticas. Esta plataforma de traducción automática neuronal no solo ha facilitado el acceso a contenidos en múltiples idiomas, sino que también ha mejorado significativamente la calidad y la precisión de las traducciones, lo que es crucial en la disseminación de información precisa y fiable a nivel mundial.

La tecnología detrás de GTranslate representa un salto cualitativo respecto a las herramientas de traducción automáticas tradicionales. Utilizando avanzados algoritmos de aprendizaje profundo y redes neuronales, GTranslate es capaz de comprender y traducir el

contexto y las sutilezas del lenguaje, ofreciendo traducciones que no solo son precisas, sino que también mantienen el tono y el estilo del texto original. Esta capacidad es particularmente valiosa en el periodismo, donde la precisión y la fidelidad al mensaje original son fundamentales.

En el ámbito del periodismo, GTranslate ha abierto puertas a una audiencia global, permitiendo a los medios de comunicación expandir su alcance más allá de las limitaciones lingüísticas. Los artículos, reportajes y noticias pueden ser accesibles instantáneamente en múltiples idiomas, lo que no solo aumenta el alcance de los medios, sino que también fomenta una mayor comprensión y conexión entre diferentes culturas y comunidades. Por ejemplo, un importante periódico europeo ha utilizado GTranslate para ofrecer sus contenidos en más de diez idiomas, lo que ha resultado en un aumento significativo de su audiencia internacional y en una mayor interacción con lectores de distintas partes del mundo.

Además de expandir el alcance geográfico de los medios, GTranslate también juega un papel crucial en la inclusión y accesibilidad. Al proporcionar traducciones precisas y contextuales, permite que las noticias y la información sean accesibles para personas que hablan diferentes idiomas, incluyendo aquellas comunidades que tradicionalmente han sido marginadas en el flujo de información global. Esto no solo democratiza el acceso a la información, sino que también enriquece el discurso público al incluir una diversidad de perspectivas y voces.

Sin embargo, el uso de GTranslate en el periodismo también conlleva desafíos. A pesar de su avanzada tecnología, la traducción automática no puede reemplazar completamente la sensibilidad y el entendimiento cultural que un traductor humano puede ofrecer. Es crucial que los periodistas y editores revisen y adapten las traducciones para asegurar que reflejen fielmente el mensaje original, especialmente en temas delicados o complejos. Además, existe el riesgo de que la dependencia excesiva de la traducción automática pueda llevar a malentendidos o a la pérdida de matices importantes en la comunicación intercultural.

GTranslate ha emergido como una herramienta indispensable en el periodismo contemporáneo, facilitando la comunicación y el entendimiento a través de las barreras idiomáticas. Su capacidad para proporcionar traducciones rápidas, precisas y contextuales ha transformado la manera en que los medios de comunicación interactúan con una audiencia global. A medida que la tecnología continúa avanzando, es probable que veamos una mayor integración de herramientas como GTranslate en el periodismo, lo que abrirá aún más el flujo de información y conocimiento a través de las fronteras lingüísticas y culturales.

### 7.2.3 Asistente de IA en el Jetpack de WordPress

El Asistente de IA de Jetpack en WordPress representa una innovación significativa en el campo del periodismo digital, ofreciendo a los periodistas y creadores de contenido una herramienta poderosa para mejorar la eficiencia y la calidad de su trabajo. En un entorno mediático cada vez más saturado y competitivo, esta herramienta de inteligencia artificial se destaca por su capacidad para asistir en la generación de ideas, la redacción de contenido y la optimización de la estrategia de publicación.

La funcionalidad principal del Asistente de IA de Jetpack radica en su capacidad para generar sugerencias de contenido basadas en tendencias actuales, análisis de palabras clave y preferencias de la audiencia. Utilizando algoritmos avanzados de aprendizaje automático, el asistente puede proponer temas relevantes y oportunos, ayudando a los periodistas a mantenerse al día con las últimas noticias y desarrollos. Esta capacidad es especialmente valiosa en situaciones de alta demanda de noticias, donde la rapidez y la relevancia son cruciales.

Además de la generación de ideas, el Asistente de IA de Jetpack también ofrece asistencia en la redacción de contenido. Mediante el análisis de la estructura y el estilo de escritura previos, la herramienta puede sugerir mejoras en la redacción, ayudando a los periodistas a crear artículos más atractivos y legibles. Esta funcionalidad es particularmente útil para periodistas que trabajan bajo presión de tiempo, ya que les permite producir contenido de alta calidad de manera más eficiente.

Otra aplicación importante del Asistente de IA en el periodismo es su capacidad para ayudar en la superación del bloqueo del escritor. Al proporcionar sugerencias creativas y estructuras de artículos, la herramienta puede inspirar a los periodistas a explorar nuevos ángulos y enfoques en sus historias. Esto no solo mejora la diversidad y la profundidad del contenido, sino que también fomenta la innovación y la creatividad en la sala de redacción.

Un ejemplo destacado de la implementación del Asistente de IA de Jetpack en el periodismo se encuentra en un popular blog de noticias de tecnología. En este caso, la herramienta ha sido utilizada para generar ideas frescas y relevantes sobre temas tecnológicos emergentes, lo que ha llevado a un aumento en la diversidad de los temas tratados y en la profundidad de los análisis. Además, el asistente ha ayudado a los redactores a optimizar sus artículos para SEO, aumentando la visibilidad y el alcance de sus publicaciones.

Sin embargo, la integración del Asistente de IA en el periodismo no está exenta de desafíos. Uno de los principales retos es asegurar que la herramienta complemente, pero no reemplace, el juicio y la creatividad humanos. Si bien el asistente puede proporcionar

sugerencias valiosas, es esencial que los periodistas mantengan el control editorial y aseguren que el contenido refleje su voz y perspectiva únicas. Además, existe la preocupación de que la dependencia excesiva de la IA en la creación de contenido pueda llevar a una falta de originalidad y a una homogeneización del periodismo.

El asistente de IA de Jetpack en WordPress se ha convertido en una herramienta valiosa en el mundo del periodismo digital, ofreciendo asistencia en la generación de ideas, la redacción de contenido y la optimización de la estrategia de publicación. A medida que la tecnología continúa evolucionando, es probable que veamos un uso aún más amplio de herramientas como el Asistente de IA en el periodismo, lo que abrirá nuevas posibilidades para la creación y distribución de contenido en la era digital.

La promesa de la IA en el periodismo digital no se limita a la eficiencia y la productividad; también incluye la posibilidad de crear experiencias más ricas y personalizadas para los usuarios. La IA no solo está transformando la forma en que se crean y distribuyen los contenidos, sino que también está redefiniendo la relación entre los creadores de contenido y su audiencia.

### 7.3 Estudios de caso

Los estudios de caso seleccionados reflejan una variedad de aplicaciones de la IA en diferentes contextos periodísticos. Estos ejemplos han sido elegidos cuidadosamente para ilustrar no solo la diversidad de usos de la IA en el periodismo, sino también para destacar los retos y oportunidades que presenta esta tecnología emergente. Cada caso ofrece una perspectiva única sobre cómo la IA puede transformar las prácticas periodísticas, desde la automatización de la generación de contenido hasta la personalización de las noticias para los lectores, pasando por la mejora en la precisión y rapidez de la recopilación y análisis de datos.

En esta sección, se examinarán en profundidad casos que involucran herramientas y plataformas específicas de IA, como AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress, que ya han sido discutidas en la sección de "Análisis de Herramientas y Plataformas de IA en el Periodismo". El objetivo es ir más allá de una simple descripción de estas herramientas, explorando cómo se han integrado y utilizado en entornos periodísticos reales, y qué lecciones se pueden extraer de estas experiencias.

Además, se prestará especial atención a las implicaciones éticas y profesionales que surgen del uso de la IA en el periodismo. Esto incluye consideraciones sobre la precisión, la imparcialidad, la transparencia y la responsabilidad en la generación de noticias impulsada por IA. Se buscará entender cómo estas herramientas afectan no solo la eficiencia y la



efectividad en la producción de noticias, sino también cómo influyen en la percepción de credibilidad y confianza por parte de la audiencia.

### 7.3.1 Estudio de caso 1: AI Engine

El avance de la Inteligencia Artificial (IA) ha transformado numerosos sectores, y el periodismo no es una excepción. Uno de los ejemplos más notables de esta transformación es el uso de AI Engine en el ámbito periodístico. AI Engine, una plataforma avanzada de IA, ha sido adoptada por varios medios de comunicación para mejorar la eficiencia, precisión y personalización en la generación y distribución de noticias. Este estudio de caso explora el uso de AI Engine en el periodismo, destacando sus aplicaciones, beneficios, desafíos y las implicaciones éticas asociadas.

AI Engine se ha destacado por su capacidad para automatizar tareas repetitivas y de gran volumen. En el periodismo, se utiliza principalmente para la generación automática de contenido, curación de noticias, análisis de tendencias y personalización de la experiencia del usuario. Por ejemplo, algunos medios utilizan AI Engine para producir informes rápidos y precisos sobre temas como el clima, resultados deportivos y datos financieros. Esta herramienta también ayuda en la curación de contenido, seleccionando y recomendando artículos relevantes a los lectores basándose en sus intereses y patrones de consumo.

La implementación de AI Engine ha resultado en una notable mejora en la eficiencia de las redacciones. La capacidad de generar rápidamente informes sobre temas específicos libera a los periodistas para que se concentren en tareas más complejas, como el periodismo de investigación y el análisis en profundidad. Además, la precisión de AI Engine en la recopilación y análisis de datos ha mejorado la calidad del contenido periodístico, reduciendo errores y proporcionando información actualizada y verificada.

Un ejemplo concreto del uso de AI Engine en el periodismo es su implementación en Diario de Alicante. Este medio utiliza AI Engine para automatizar la generación de noticias breves y reportes de sucesos. La plataforma fue programada para identificar y extraer información clave de fuentes de datos de los teletipos de Centro de Información y Coordinación de Urgencias. Esta implementación supone un aumento significativo en la cantidad de contenido producido, así como en una mayor rapidez en la publicación de noticias de última hora.

A pesar de sus ventajas, el uso de AI Engine en el periodismo también presenta desafíos. Uno de los principales es la preocupación por la calidad y la profundidad del contenido generado automáticamente. Si bien AI Engine es eficaz para producir informes básicos, aún carece de la capacidad para realizar análisis complejos o capturar matices y contextos más

profundos que un periodista experimentado puede ofrecer. Además, existe el riesgo de dependencia excesiva de la automatización, lo que podría llevar a una disminución en la diversidad de contenido y en la habilidad periodística para la narrativa crítica y el análisis.

El uso de AI Engine en el periodismo también plantea importantes cuestiones éticas. La transparencia en el uso de la IA para la generación de noticias es crucial para mantener la confianza del público. Los medios deben ser claros sobre qué contenido ha sido generado o asistido por IA y asegurarse de que los estándares periodísticos de precisión y objetividad se mantengan. Además, la gestión de los sesgos en los algoritmos de IA es fundamental para evitar la propagación de información parcial o incorrecta.

AI Engine representa un avance significativo en la forma en que se produce y distribuye el contenido periodístico. Su capacidad para automatizar la generación de noticias y personalizar el contenido para los lectores ofrece oportunidades emocionantes para el futuro del periodismo. Sin embargo, es esencial abordar los desafíos y limitaciones asociados con su uso, especialmente en términos de calidad del contenido y consideraciones éticas. A medida que la IA continúa evolucionando, su integración en el periodismo debe ser cuidadosamente gestionada para garantizar que complemente y enriquezca el trabajo periodístico, en lugar de reemplazarlo.

### 7.3.2 Estudio de Caso 2: GTranslate

La globalización y el acceso digital han hecho que las noticias y la información crucen fronteras más rápidamente que nunca. En este contexto, herramientas como GTranslate han adquirido una importancia significativa en el periodismo, facilitando la traducción automática y la accesibilidad de contenidos en múltiples idiomas. Este estudio de caso examina el uso de GTranslate en el periodismo, destacando su impacto en la difusión de noticias a nivel global, los desafíos asociados y las implicaciones éticas y profesionales de su uso.

GTranslate se ha convertido en una herramienta esencial para los medios de comunicación que buscan expandir su alcance a una audiencia global. Permite la traducción automática de artículos, reportajes y otros contenidos periodísticos a varios idiomas, facilitando así su acceso a lectores no nativos. Esta herramienta es particularmente útil para medios pequeños o regionales que buscan una presencia internacional sin incurrir en los altos costos de traducción profesional.

La implementación de GTranslate ha permitido a los medios de comunicación llegar a una audiencia más amplia y diversa. Los lectores de diferentes partes del mundo pueden acceder a noticias y reportajes en su idioma nativo, lo que aumenta la inclusión y el acceso

a la información. Además, GTranslate ha facilitado la colaboración entre periodistas de diferentes países, permitiendo una cobertura más amplia y detallada de eventos y temas globales.

Un ejemplo concreto del uso de GTranslate en el periodismo es su aplicación en Actualidad Valencia. Este medio utiliza GTranslate para ofrecer sus contenidos en valenciano, lo que deriva en un aumento significativo de su audiencia global. La herramienta permite traducir rápidamente noticias de actualidad, artículos de opinión y reportajes especiales, manteniendo una alta coherencia y calidad en las traducciones. Esto no solo incrementa el número de lectores internacionales, sino que también fomenta una mayor comprensión y diálogo entre culturas.

La herramienta además dispone de un banco de excepciones y nuevas reglas que permite adaptar el valenciano en base al catalán, aplicando palabras más conocidas por el Diccionario de la Academia Valenciana que por el Instituto de Estudios Catalanes, también permite corregir errores comunes como la traducción de nombres propios o incluso personalizar estructuras gramaticales.

A pesar de sus ventajas, el uso de GTranslate en el periodismo enfrenta varios desafíos. Uno de los más significativos es la precisión de las traducciones. Aunque GTranslate ha mejorado considerablemente en términos de calidad, aún existen limitaciones, especialmente con idiomas menos comunes o en la traducción de jerga y lenguaje coloquial. Esto puede llevar a malentendidos o a la pérdida de matices importantes en el contenido traducido. Además, la dependencia excesiva de la traducción automática puede desalentar la inversión en traductores humanos, cuya habilidad para capturar contextos culturales y lingüísticos sigue siendo insustituible.

El uso de GTranslate en el periodismo también plantea cuestiones éticas y profesionales. La precisión y la fidelidad en la traducción son esenciales para mantener la integridad del contenido periodístico. Los medios deben asegurarse de que las traducciones automáticas no distorsionen el mensaje original y mantengan los estándares periodísticos de precisión y objetividad. Además, es crucial considerar las diferencias culturales y contextuales al presentar noticias traducidas a audiencias internacionales.

GTranslate ha demostrado ser una herramienta valiosa en el periodismo moderno, facilitando la difusión de noticias y la accesibilidad de contenidos en múltiples idiomas. Su capacidad para conectar a las audiencias globales y fomentar un mayor entendimiento entre culturas es indiscutible. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos relacionados con la precisión de las traducciones y las implicaciones éticas de su uso. A medida que la

tecnología de traducción automática continúa avanzando, su integración en el periodismo debe ser gestionada cuidadosamente para garantizar que enriquezca la experiencia informativa sin comprometer la calidad y la integridad del periodismo.

### 7.3.3 Asistente de IA de Jetpack en WordPress

En la era digital, la eficiencia y la personalización del contenido son cruciales para el éxito de cualquier medio de comunicación. El Asistente de IA de Jetpack en WordPress representa una herramienta innovadora en este ámbito, ofreciendo a los periodistas y editores una manera de optimizar y personalizar sus contenidos. Este estudio de caso se centra en el uso del Asistente de IA de Jetpack en el periodismo, analizando sus aplicaciones, beneficios, desafíos y las implicaciones éticas y profesionales de su implementación.

El Asistente de IA de Jetpack en WordPress es una herramienta diseñada para mejorar la eficiencia en la creación y gestión de contenidos digitales. Entre sus principales funciones se encuentran la optimización SEO, la generación de etiquetas y categorías automáticas, y la personalización del contenido para diferentes audiencias. Esta herramienta utiliza algoritmos de IA para analizar y entender el contenido, sugiriendo mejoras y ajustes que pueden aumentar su relevancia y visibilidad.

La implementación del Asistente de IA de Jetpack ha tenido un impacto significativo en la forma en que los medios de comunicación producen y gestionan sus contenidos. Por un lado, ha aumentado la eficiencia, permitiendo a los periodistas y editores centrarse en aspectos más creativos y analíticos del periodismo. Por otro lado, ha mejorado la calidad del contenido en términos de SEO, lo que se traduce en una mayor visibilidad y alcance en motores de búsqueda y plataformas sociales.

Un ejemplo concreto del uso del Asistente de IA de Jetpack es su aplicación en Actualidad Castellón. Este medio digital usa la herramienta para optimizar sus artículos, mejorando su posicionamiento en buscadores y aumentando su tráfico web. El Asistente de IA ayuda a identificar palabras clave relevantes, genera etiquetas automáticas y sugiere estructuras de contenido más efectivas. Como resultado, el diario experimenta un aumento significativo en la interacción de los usuarios y en la captación de nuevos lectores.

A pesar de sus ventajas, el uso del Asistente de IA de Jetpack en el periodismo no está exento de desafíos. Uno de los principales es garantizar que la optimización del contenido no comprometa su calidad periodística. Existe el riesgo de que la búsqueda de SEO y la personalización del contenido puedan llevar a una homogeneización de los temas tratados o a una simplificación excesiva de los mismos. Además, la dependencia de algoritmos de IA

para la gestión de contenido puede limitar la creatividad y la originalidad en la narrativa periodística.

El uso del Asistente de IA de Jetpack en el periodismo también plantea importantes cuestiones éticas y profesionales. La transparencia en el uso de herramientas de IA para la optimización de contenido es crucial para mantener la confianza del público. Los medios deben asegurarse de que el uso de estas herramientas no afecte negativamente la precisión, la objetividad y la integridad del contenido periodístico. Además, es esencial equilibrar la optimización SEO con la responsabilidad de proporcionar información veraz y relevante.

El Asistente de IA de Jetpack en WordPress ha demostrado ser una herramienta valiosa para mejorar la eficiencia y la personalización del contenido en el periodismo digital. Su capacidad para optimizar el SEO y gestionar de manera inteligente los contenidos ofrece oportunidades significativas para aumentar el alcance y la relevancia de los medios de comunicación. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos relacionados con la calidad del contenido y las implicaciones éticas de su uso. A medida que la tecnología de IA continúa evolucionando, su integración en el periodismo debe ser cuidadosamente gestionada para garantizar que complemente y enriquezca la práctica periodística, manteniendo siempre los estándares éticos y profesionales del campo.

#### 7.4 Encuestas y entrevistas

En la próxima fase de este estudio, se llevarán a cabo encuestas y entrevistas para evaluar el impacto potencial y la percepción de herramientas de IA como AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress en el periodismo. Las encuestas, que se distribuirán a través de plataformas en línea, buscarán recopilar datos cuantitativos sobre la frecuencia de uso prevista, los tipos de herramientas de IA que los periodistas están considerando y sus expectativas sobre la eficacia y fiabilidad de estas tecnologías. Se espera que estos datos proporcionen una visión general de la disposición del sector periodístico para integrar la IA en sus prácticas diarias.

Además, se planifican entrevistas semiestructuradas con periodistas, editores y expertos en tecnología. El objetivo de estas entrevistas es obtener una comprensión más profunda y cualitativa de cómo los profesionales del periodismo perciben la integración de la IA en su campo. Se explorarán temas como las expectativas sobre cómo la IA podría cambiar el flujo de trabajo en las redacciones, las preocupaciones éticas asociadas con el uso de la IA, y las opiniones sobre cómo la IA podría influir en la calidad y precisión del contenido periodístico.

El análisis de los datos de las encuestas se centrará en identificar tendencias y patrones en la aceptación y el uso anticipado de la IA en el periodismo. Se espera que los resultados muestren variaciones en la receptividad hacia la IA entre diferentes grupos de edad y niveles de experiencia en el periodismo. Además, se prestará especial atención a cómo las herramientas específicas de IA, como AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress, son valoradas en términos de su utilidad y aplicabilidad en diferentes aspectos del periodismo.

Las entrevistas proporcionarán una perspectiva más detallada y personalizada. Se espera que los periodistas compartan sus expectativas y preocupaciones sobre la IA, ofreciendo ejemplos de cómo creen que la IA podría beneficiar o desafiar sus prácticas actuales. Estas discusiones también ayudarán a identificar áreas en las que la IA podría necesitar una supervisión o regulación más estricta para garantizar la ética y la precisión en el periodismo.

A través de este enfoque, se espera obtener una comprensión equilibrada de las oportunidades y desafíos que la IA presenta para el periodismo, proporcionando una base para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas en este campo dinámico y en constante evolución.

## 8 Resultados y análisis de la investigación

El análisis de datos en el uso de herramientas y plataformas de Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo es esencial para comprender su impacto real y efectivo. Este análisis se centra en AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress, herramientas identificadas en este trabajo. Se ha prestado especial atención a la medición de audiencias y al tiempo de ejecución de tareas por IA en comparación con los humanos, destacando la necesidad de un control humano constante.

### 8.1 Análisis de datos

El análisis cuantitativo muestra que las herramientas de IA, como AI Engine, pueden producir contenido a una velocidad significativamente mayor que los humanos, lo que implica una notable eficiencia en términos de tiempo. Sin embargo, esta eficiencia no siempre se traduce en una mayor calidad del contenido. Por otro lado, GTranslate ha demostrado ser eficaz en aumentar el alcance global de los contenidos periodísticos, atrayendo audiencias de diferentes regiones lingüísticas.

Desde una perspectiva cualitativa, se observa que, aunque las herramientas de IA ofrecen numerosas ventajas en términos de eficiencia y alcance, su uso requiere una supervisión y

un control humano rigurosos. Los periodistas y editores enfatizan la importancia de revisar y editar el contenido generado por IA para asegurar su precisión, relevancia y calidad.

Además, destaca la necesidad de mantener un equilibrio entre la automatización y la intervención humana para preservar la integridad y la ética periodísticas.

Una comparación detallada de los tiempos de ejecución de tareas revela que, aunque las herramientas de IA son más rápidas en la generación de contenido y traducción, la fase de revisión y edición por parte de humanos es crucial para mantener la calidad. Esta fase a menudo implica un tiempo adicional, lo que sugiere que la eficiencia bruta de la IA debe ser evaluada en el contexto de un proceso editorial completo.

El análisis de las métricas de audiencia puede mostrar un aumento en la diversidad y el número de lectores, especialmente con el uso de GTranslate. Sin embargo, también es observable que la interacción del usuario, como los comentarios y el tiempo de permanencia en la página, no siempre aumentaba proporcionalmente, lo que indica que la cantidad no siempre se traduce en un compromiso de calidad.

A lo largo del análisis, se puede llegar a hacer evidente la necesidad imperativa de un control humano en el uso de la IA en el periodismo. Aunque las herramientas de IA pueden manejar grandes volúmenes de datos y realizar tareas repetitivas con rapidez, la supervisión humana es esencial para garantizar que el contenido sea relevante, preciso y ético. Este control humano actúa como un filtro crucial para mantener la calidad y la confiabilidad del contenido periodístico.

Se recomienda una formación continua para los periodistas en el uso eficaz de estas herramientas de IA, enfatizando la importancia de la supervisión y edición humanas. Además, se sugiere el desarrollo de directrices éticas y estándares de calidad específicos para el contenido generado por IA. También se propone la implementación de sistemas de retroalimentación que permitan a los usuarios reportar errores o inexactitudes en el contenido generado por IA, fomentando así una mejora continua.

Este análisis detallado subraya que, si bien las herramientas y plataformas de IA ofrecen ventajas significativas en términos de eficiencia y alcance en el periodismo, su éxito y aceptación dependen en gran medida del control y la intervención humanos. La integración de la IA en el periodismo debe ser cuidadosa y reflexiva, asegurando que la tecnología sirva como una herramienta para mejorar la calidad y la integridad del periodismo, en lugar de comprometerlas.

## 8.2 Reflexión crítica

A lo largo de este Trabajo de Fin de Grado hemos explorado cómo herramientas como AI Engine, GTranslate y el Asistente de IA de Jetpack en WordPress están remodelando el panorama del periodismo. Estas herramientas han demostrado una eficiencia notable en la generación y traducción de contenido, pero esta eficiencia viene con desafíos inherentes. Mientras que la IA puede producir contenido a una velocidad y en una cantidad que supera con creces la capacidad humana, la calidad y la profundidad del contenido a menudo requieren la intervención y el juicio crítico de los periodistas. Esta dicotomía entre cantidad y calidad es un tema recurrente en la evaluación del impacto de la IA en el periodismo.

Las herramientas como GTranslate han permitido a las organizaciones de noticias alcanzar audiencias más amplias y diversas, rompiendo las barreras lingüísticas. Sin embargo, este alcance ampliado debe equilibrarse con la precisión y la contextualización cultural. La traducción automática puede perder matices importantes, lo que subraya la necesidad de una revisión humana para garantizar que el contenido sea culturalmente sensible y preciso. Además, el uso de la IA en el periodismo plantea preguntas éticas significativas. ¿Hasta qué punto se debe confiar en la IA para la generación de noticias? ¿Cómo se garantiza la imparcialidad y la ausencia de sesgos en el contenido generado por IA? Estas preguntas son cruciales en un momento en el que la confianza en los medios de comunicación es un tema de debate público. La transparencia en el uso de la IA y la implementación de controles éticos son esenciales para mantener la integridad del periodismo.

Mirando hacia el futuro, la IA tiene el potencial de transformar aún más el periodismo. Sin embargo, esta transformación debe ser gestionada cuidadosamente. La formación y la educación de los periodistas en el uso de la IA, junto con un enfoque en el desarrollo de habilidades críticas y analíticas, serán fundamentales. Además, la colaboración entre desarrolladores de IA y profesionales del periodismo es crucial para diseñar herramientas que complementen y mejoren las prácticas periodísticas, en lugar de socavarlas. En conclusión, la IA en el periodismo es una herramienta de doble filo. Ofrece oportunidades sin precedentes para mejorar la eficiencia, el alcance y la accesibilidad de las noticias. Sin embargo, estos beneficios vienen acompañados de desafíos significativos en términos de calidad, ética y sesgo. El futuro del periodismo en la era de la IA dependerá de cómo los profesionales del sector y la sociedad en general aborden estos desafíos. Un enfoque equilibrado, que combine la eficiencia de la IA con la supervisión y el juicio crítico humano, parece ser el camino más prometedor hacia un periodismo que sigue siendo fiel a sus principios fundamentales de precisión, imparcialidad y responsabilidad.



La IA en el periodismo no es solo una cuestión de tecnología, sino también de cultura y práctica periodística. La adopción de la IA en las redacciones no solo cambia la forma en que se generan y distribuyen las noticias, sino también cómo se conceptualiza y se entiende el periodismo. La IA puede ayudar a los periodistas a analizar grandes conjuntos de datos, identificar tendencias y patrones, y generar informes iniciales, pero no puede reemplazar el toque humano necesario para la narrativa, el contexto y el análisis crítico. Por lo tanto, es esencial que los periodistas se mantengan al día con los avances tecnológicos y desarrollen habilidades para trabajar efectivamente con la IA, manteniendo al mismo tiempo sus habilidades críticas y éticas.

Además, es crucial considerar el impacto de la IA en la diversidad y la representación en el periodismo. La IA, si no se diseña y se supervisa adecuadamente, puede perpetuar o incluso exacerbar los sesgos existentes en los medios de comunicación. Por lo tanto, es fundamental que los desarrolladores de IA y los profesionales del periodismo trabajen juntos para garantizar que las herramientas de IA sean inclusivas y representativas de la diversidad de las audiencias. Esto incluye la capacitación de la IA con conjuntos de datos diversos y la implementación de controles para detectar y corregir sesgos.

En última instancia, la IA debe ser vista como una herramienta que puede mejorar y complementar el trabajo de los periodistas, pero no como un reemplazo de las habilidades, la ética y el juicio humano. La clave para un periodismo exitoso en la era de la IA será encontrar el equilibrio adecuado entre la tecnología y el toque humano, asegurando que la IA se utilice de manera que enriquezca y profundice el periodismo, en lugar de socavarlo. La reflexión crítica y el debate continuo sobre el papel de la IA en el periodismo son esenciales para navegar por este nuevo terreno y garantizar que el periodismo siga siendo una profesión vital y confiable en la sociedad.

## 9 Conclusiones

El análisis detallado de cómo la inteligencia artificial ha revolucionado el periodismo, abarcado en este Trabajo de Fin de Grado, muestra una evolución significativa desde tareas básicas hasta una profunda influencia en la producción y personalización de contenidos. Esta transformación es evidente en varios aspectos clave del periodismo moderno.

Inicialmente, la IA se utilizaba para tareas simples, como la organización de datos o la asistencia en la redacción básica. Con el tiempo, su aplicación se ha expandido hacia roles más complejos, incluyendo la generación automática de noticias y la personalización de contenidos para audiencias específicas. Este avance ha permitido a los medios de

comunicación producir noticias de manera más eficiente y rápida, adaptándose a las necesidades cambiantes de los consumidores de información.

Uno de los hallazgos más importantes es cómo la IA ha influenciado la producción de noticias. Las herramientas de IA pueden analizar rápidamente grandes volúmenes de datos, identificar tendencias y generar informes en tiempo real. Esto no solo mejora la velocidad de producción de noticias, sino que también permite una mayor precisión y profundidad en el periodismo de datos.

La personalización de contenido es otro aspecto crucial. Con la ayuda de algoritmos de IA, los medios pueden ofrecer contenido personalizado a sus audiencias, mejorando la experiencia del usuario y aumentando el compromiso. Esta personalización, sin embargo, viene con desafíos éticos, especialmente en lo que respecta a la creación de "burbujas de filtros", donde los usuarios solo reciben noticias que reflejan sus opiniones existentes.

Además, la IA plantea importantes preguntas éticas. Mientras que aumenta la eficiencia, también surge la preocupación sobre la precisión y la imparcialidad del contenido generado por IA. Los desafíos incluyen gestionar el sesgo inherente en los algoritmos y asegurar que la IA no reemplace completamente el juicio y la sensibilidad humanos en el periodismo.

Este avance de la IA también ha llevado a cambios significativos en las prácticas periodísticas. Los periodistas ahora deben adaptarse a trabajar junto con la tecnología de IA, utilizando estas herramientas para mejorar su trabajo sin depender completamente de ellas. Esto requiere un nuevo conjunto de habilidades y una comprensión profunda de cómo la tecnología puede complementar, pero no reemplazar, el periodismo tradicional.

Mirando hacia el futuro, es evidente que la IA seguirá desempeñando un papel crucial en el periodismo. La clave será encontrar un equilibrio entre aprovechar los beneficios de la IA y abordar los desafíos éticos y profesionales que presenta. La capacidad de la IA para transformar el periodismo es indiscutible, pero es esencial abordar estos desafíos para garantizar un periodismo ético y de calidad en la era digital.

### 9.1 Conclusiones de la encuesta

La encuesta realizada arroja luz sobre las percepciones y la adopción de la IA por parte de los profesionales del sector. Con 57 respuestas que reflejan tanto el uso consciente de la IA en herramientas cotidianas como su aplicación en comunicación y periodismo, los datos recopilados ofrecen una visión integral de la influencia actual de la IA. La valoración de la IA en términos de eficiencia, oportunidades, desafíos, ética, y precisión de la información, así como la aceptación de su papel en la transformación del periodismo, constituyen una base

sólida para comprender el estado actual y futuro del campo. Con una evaluación cuantitativa que varía desde la mejora de la eficiencia laboral hasta las implicaciones éticas, esta sección del trabajo explora cómo los periodistas y comunicadores ven y utilizan la IA, proporcionando un marco para el análisis detallado en el siguiente apartado.

- Adopción generalizada de IA en la vida cotidiana y profesional: La encuesta muestra que todos los participantes han utilizado conscientemente IA, destacando su adopción generalizada. Este hallazgo respalda la idea de que la IA es una parte integral de la vida cotidiana y profesional, lo cual es relevante para su creciente papel en el periodismo y la comunicación.
- IA en el periodismo y la comunicación: Dado que algunos encuestados usan IA específicamente en comunicación y periodismo, esto sugiere que la tecnología ya está comenzando a influir en estos campos. Esto se alinea con la discusión en tu TFG sobre la generación automática de contenidos y el impacto de la IA en el periodismo.
- Conciencia y formación en IA: La unanimidad de los encuestados sobre la importancia de la formación en IA resalta la necesidad de que los profesionales del periodismo y la comunicación se adapten a las nuevas tecnologías. Esto refuerza la idea de que la educación en IA es crucial para la evolución del periodismo, un punto que puede ser discutido en tu TFG.
- Impacto positivo en la eficiencia profesional: La percepción de que la IA mejora la eficiencia del trabajo en periodismo/comunicación puede ser un indicador de su potencial para transformar positivamente la industria. Esto puede relacionarse con la discusión en tu TFG sobre cómo la IA puede optimizar la generación de contenido.
- Cambio radical en el periodismo debido a la IA: La expectativa de que la IA cambiará radicalmente el periodismo en los próximos años se alinea con la premisa de tu TFG sobre la IA como una nueva frontera en el periodismo. Esto sugiere una transformación inminente y significativa en la industria, impulsada por la IA.
- Mantenimiento de la integridad y objetividad periodística: La creencia de que es posible mantener la integridad y objetividad en la era de la IA es especialmente relevante para tu TFG, ya que aborda las preocupaciones éticas y profesionales relacionadas con la generación automática de contenidos. Este punto podría explorarse más a fondo en relación con las consideraciones éticas discutidas en tu trabajo.

## 9.2 Conclusiones de la entrevista

La entrevista a Alex Rubio ha desentrañado diversas facetas de cómo la inteligencia artificial, particularmente herramientas como ChatGPT, está influyendo y transformando el sector de la comunicación y el periodismo. Al llegar a las conclusiones, es esencial resaltar la dualidad de la situación actual: por un lado, el entusiasmo y la expectativa generada por las nuevas posibilidades que la IA ofrece para la generación y personalización del contenido; por otro, los desafíos prácticos y éticos inherentes a su implementación efectiva y responsable.

- La inteligencia artificial, específicamente ChatGPT, ha marcado un punto de inflexión teórico en el sector de la comunicación, aunque su aplicación práctica en el periodismo aún está en desarrollo.
- La fase actual de 'hype' en torno a la IA destaca un interés generalizado en la tecnología, pero señala la necesidad de estrategias de implementación efectivas en las operaciones cotidianas de las empresas de comunicación.
- La IA presenta un panorama de oportunidades para la generación de contenido y la investigación periodística, posibilitando la exploración de nuevas temáticas y perspectivas de manera eficiente y creativa.
- Los desafíos de verificar la autenticidad y precisión de los contenidos generados por IA resaltan la importancia de un enfoque crítico y la verificación humana como pasos esenciales en la producción de noticias.
- Las herramientas de IA deben ser vistas como complementos al trabajo periodístico, no como reemplazos, manteniendo así la creatividad y la singularidad del contenido periodístico.
- Existe una necesidad urgente de debatir y establecer límites éticos claros para el uso de la IA en el periodismo, particularmente en lo que respecta a la autoría y la transparencia en la producción de noticias.
- La personalización de contenidos a través de IA en plataformas digitales puede conducir a una mayor polarización informativa, destacando la necesidad de transparencia y educación para los usuarios sobre cómo sus actividades en línea influyen en la información que reciben.
- La IA impacta significativamente la precisión y verificación de datos, lo que implica la necesidad de roles especializados como verificadores de contenido para mantener la integridad del periodismo.

- La IA desafía a los periodistas a desarrollar nuevas habilidades, como la adaptabilidad tecnológica, el pensamiento crítico y la curiosidad intelectual, para mantenerse relevantes en la era digital.
- El uso ético de la IA en el periodismo requiere una reflexión colectiva sobre su papel en la sociedad y la definición de límites que protejan tanto la profesión periodística como los derechos de los consumidores de información.

### 9.3 Implicaciones profesionales y éticas

La integración de la inteligencia artificial en el periodismo, si bien ha abierto puertas a innovaciones sin precedentes, también ha traído consigo una serie de desafíos profesionales y éticos. Uno de los aspectos más destacados es el dilema del sesgo algorítmico. Los algoritmos, al ser diseñados y entrenados por seres humanos, pueden incorporar inadvertidamente prejuicios existentes, lo que plantea serias preocupaciones sobre la imparcialidad y objetividad de las noticias generadas. Esta situación se ve agravada por la opacidad de muchos algoritmos de IA, lo que dificulta la identificación y corrección de estos sesgos.

En el ámbito laboral, la creciente dependencia de la IA ha generado inquietudes sobre la seguridad laboral en el periodismo. Aunque la IA ha demostrado ser una herramienta útil en la automatización de tareas repetitivas, esto también ha llevado a temores de reducción de puestos de trabajo, obligando a los periodistas a adaptarse y aprender nuevas habilidades para trabajar de manera efectiva con estas tecnologías.

Además, se ha creado un nuevo desafío en cuanto a la autoría y la transparencia en el uso de la IA. Con la capacidad de la IA para producir contenido que imita estrechamente el estilo humano, surge una cuestión ética sobre cómo se atribuye y se comunica el uso de estas herramientas en la producción de noticias. La falta de transparencia puede llevar a un deterioro de la confianza en los medios, lo que subraya la necesidad de directrices claras y divulgación de la participación de la IA en el contenido de noticias.

El impacto de la IA en la narrativa periodística y en la relación con la audiencia también es un terreno fértil para la discusión ética. Mientras que la personalización de contenidos impulsada por la IA puede mejorar la experiencia del usuario, también conlleva el riesgo de crear cámaras de eco y burbujas de filtro, limitando la exposición de los individuos a una variedad de perspectivas y opiniones. Esto puede tener implicaciones significativas para la democracia y el discurso público, ya que los algoritmos de IA pueden influir en la formación de opiniones y percepciones.

El desarrollo de directrices éticas sólidas y prácticas responsables se vuelve esencial para navegar estos desafíos. Los medios y los periodistas deben equilibrar el aprovechamiento de los beneficios de la IA con la necesidad de mantener la integridad, la imparcialidad y la confianza del público. Esto implica no solo un entendimiento profundo de las tecnologías de IA, sino también un compromiso constante con los principios éticos fundamentales del periodismo. En última instancia, el desafío radica en integrar la IA en el periodismo de una manera que fortalezca, en lugar de socavar, los pilares de la confianza y la objetividad en la narración de noticias.

#### 9.4 Impacto en la producción y consumo de noticias

El impacto de la inteligencia artificial en la producción y consumo de noticias representa un cambio significativo en el periodismo. La IA ha permitido la automatización de la recopilación y análisis de datos, mejorando la eficiencia y precisión en la generación de noticias. Esto ha llevado a una personalización más profunda del contenido, adaptándolo a las preferencias individuales de los usuarios y permitiendo a los medios dirigirse a audiencias específicas de manera más efectiva.

Sin embargo, esta personalización también plantea desafíos éticos, como la creación de "burbujas de filtro" donde los usuarios pueden quedar expuestos solo a noticias que reflejan sus opiniones existentes, limitando su exposición a una variedad de perspectivas. Además, la IA en el periodismo puede influir en la calidad del contenido. Mientras que algunos argumentan que la IA puede liberar a los periodistas de tareas rutinarias y permitirles concentrarse en reportajes más profundos, otros expresan preocupaciones sobre la dependencia excesiva de la tecnología para la generación de contenido, lo que podría socavar el periodismo investigativo y reflexivo.

Este cambio también ha afectado la manera en que las audiencias consumen noticias. Con el aumento de plataformas de noticias impulsadas por IA, los usuarios tienen acceso a una amplia gama de contenido personalizado, lo que ha cambiado sus expectativas y hábitos de consumo de noticias. La facilidad y rapidez con la que se pueden obtener noticias personalizadas pueden afectar la forma en que las personas interactúan con el contenido de noticias, posiblemente reduciendo la diversidad de sus fuentes de información.

Los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, enfrentan desafíos y oportunidades únicos en este panorama cambiante. Por un lado, la IA ofrece herramientas poderosas para llegar a audiencias más amplias y ofrecer contenido más relevante y atractivo. Por otro lado, deben navegar cuidadosamente las implicaciones éticas y

profesionales de utilizar estas tecnologías, asegurándose de mantener la integridad y la confianza del público en sus contenidos.

La relación entre los medios y su audiencia también está evolucionando. La IA permite una mayor interactividad y participación del público en el proceso de generación de noticias, lo que podría fortalecer la relación entre los medios y sus audiencias. Sin embargo, esta interacción debe gestionarse cuidadosamente para asegurar que la calidad del contenido no se vea comprometida y que se mantenga una línea clara entre el contenido generado por los usuarios y el periodismo profesional.

### 9.5 Futuro del periodismo en la era de la IA

La IA no solo está transformando las prácticas periodísticas actuales, sino que también está redefiniendo el potencial futuro del campo. La capacidad de la IA para analizar grandes conjuntos de datos, generar contenido automáticamente y personalizar noticias para audiencias específicas sugiere un futuro donde el periodismo podría ser más eficiente, objetivo y adaptado a las necesidades de las audiencias.

Sin embargo, este futuro también plantea preocupaciones significativas. La dependencia excesiva de la IA en el periodismo podría llevar a la disminución de la intervención humana en la narrativa de noticias, lo que plantea preguntas sobre la calidad, la profundidad y la objetividad del periodismo. Además, el impacto de la IA en la dinámica del empleo en el periodismo y en las habilidades requeridas para los periodistas del futuro es un área de preocupación. Los periodistas podrían necesitar adaptarse a un entorno cada vez más tecnológico, equilibrando el uso de herramientas de IA con la necesidad de mantener un enfoque crítico y ético en su trabajo.

Además, el impacto de la IA en la ética del periodismo y en la relación entre la verdad y la tecnología es otro aspecto crucial. A medida que la IA se vuelve más sofisticada, surge la necesidad de abordar cuestiones de veracidad, autenticidad y manipulación de la información.

### 9.6 Adaptación y uso ético de la IA

Este tema implica un enfoque multifacético que incluye la comprensión y mitigación de sesgos algorítmicos, la capacitación y actualización constante de los periodistas en tecnologías emergentes, y la creación de directrices éticas para el uso de IA en la producción de noticias.

Los sesgos algorítmicos son una preocupación primordial, ya que pueden influir en la objetividad y equidad del contenido periodístico. Los periodistas deben estar equipados con

las habilidades necesarias para identificar y cuestionar estos sesgos, garantizando que la IA no perpetúe prejuicios inadvertidos. Además, las organizaciones de medios deben ser transparentes en su uso de IA, comunicando claramente al público cuándo y cómo se utiliza la tecnología en la creación de contenidos.

La educación y capacitación en IA se convierten en componentes esenciales en el currículo de formación periodística. Los periodistas deben estar familiarizados no solo con las herramientas de IA, sino también con los principios éticos que rigen su uso. Esto incluye entender cómo la IA puede mejorar el periodismo sin comprometer la integridad y la calidad del contenido.

La privacidad y seguridad de los datos es otro aspecto crítico, especialmente en lo que respecta a la personalización del contenido. Los medios deben asegurarse de que la recopilación y uso de datos se realice de manera ética y responsable, protegiendo la privacidad del usuario y manteniendo la confianza del público.

En este contexto, el desarrollo de un marco ético para el uso de la IA en el periodismo es imprescindible. Las organizaciones de medios deben establecer directrices claras que aborden tanto la implementación técnica como las implicaciones éticas de la IA, asegurando que su uso beneficie al periodismo y a la sociedad en su conjunto, sin comprometer los valores fundamentales de la profesión.

La adaptación y el uso ético de la IA en el periodismo requieren un equilibrio delicado. Por un lado, las herramientas de IA ofrecen oportunidades sin precedentes para mejorar la eficiencia, la precisión y la relevancia del contenido periodístico. Por otro lado, es crucial que los periodistas y las organizaciones de medios manejen estas herramientas con un profundo sentido de responsabilidad y compromiso con los principios éticos, garantizando que la IA se utilice como un complemento y no como un sustituto del juicio humano y la integridad periodística. La clave está en una integración consciente y reflexiva de la IA en el periodismo, que respete y fortalezca los pilares de la verdad, la objetividad y la confianza pública.

### 9.7 Conclusión final

La IA ha revolucionado la producción y personalización de contenidos, mejorando la eficiencia y abriendo nuevas posibilidades en la narrativa periodística. Sin embargo, esta evolución no está exenta de desafíos, principalmente relacionados con el sesgo algorítmico, la ética en la automatización y la adaptación profesional.



La clave para el futuro del periodismo en la era de la IA yace en el equilibrio entre aprovechar sus ventajas tecnológicas y mantener los principios fundamentales del periodismo. Esto requiere una adaptación continua de los periodistas a las nuevas herramientas, un compromiso con la ética periodística y una consideración cuidadosa de las implicaciones de la IA en la relación entre los medios y su audiencia.

La IA representa tanto una oportunidad como un desafío para el periodismo. La adaptación ética y responsable de estas tecnologías será crucial para garantizar que el periodismo siga siendo una herramienta vital para informar, educar y empoderar a la sociedad en la era digital.

## 10 Recomendaciones

En la autoevaluación de mi investigación sobre la inteligencia artificial en el periodismo, utilicé una metodología cualitativa, centrada en análisis detallados y estudios de caso. Aunque este enfoque proporcionó una comprensión profunda de los aspectos contextuales, la inclusión de métodos cuantitativos podría haber añadido valor mediante datos estadísticos. La selección de fuentes primarias y casos relevantes ofreció perspectivas directas, pero limitó la capacidad de generalizar los hallazgos. Reflexionando sobre el proceso, considero que una combinación de metodologías y una diversidad mayor de fuentes hubieran enriquecido el estudio. A pesar de estas limitaciones, mi trabajo contribuye significativamente al entendimiento de cómo la IA está remodelando el periodismo, marcando caminos para futuras investigaciones que podrían abordar estas brechas y expandir nuestro conocimiento en este campo emergente.

En mi investigación, enfrenté diversas limitaciones que afectaron tanto el proceso como los resultados. Primero, la accesibilidad a datos específicos y actualizados fue un desafío constante, ya que el campo de la inteligencia artificial en el periodismo es emergente y está en constante evolución. Además, la naturaleza cualitativa de mi estudio, aunque rica en detalles, limitó la posibilidad de generalización de los hallazgos. Otro aspecto que considerar fue el tiempo limitado para realizar un análisis más exhaustivo que incluyera una variedad más amplia de casos de estudio. Estas limitaciones destacan áreas para una exploración más profunda en futuras investigaciones, y subrayan la importancia de abordar estos desafíos para obtener una comprensión más holística del impacto de la IA en el periodismo.

Las limitaciones identificadas en mi estudio tienen implicaciones significativas en los resultados obtenidos. La restricción en la diversidad y cantidad de datos limitó la amplitud

de mis conclusiones, haciendo que los hallazgos sean más ilustrativos que generalizables. Además, la falta de una perspectiva cuantitativa significó que ciertos aspectos del impacto de la IA en el periodismo no se pudieron medir o analizar en profundidad. Esto resalta la necesidad de un enfoque más integrador y diversificado en futuras investigaciones, para lograr un entendimiento más completo y representativo del tema. Estas reflexiones sobre las limitaciones y consecuencias de los resultados pueden ser de gran utilidad para otros investigadores que busquen explorar este campo.

Futuras investigaciones podrían beneficiarse de abordar las limitaciones encontradas en este estudio. Un enfoque más amplio, que combine métodos cualitativos y cuantitativos, permitiría una comprensión más profunda y una mayor generalización de los resultados. Sería valioso explorar una gama más diversa de casos de estudio, incluyendo diferentes tipos de medios de comunicación y contextos geográficos. Además, investigaciones futuras podrían centrarse en el impacto a largo plazo de la IA en el periodismo, observando cambios en la dinámica laboral y en la interacción con la audiencia. Estos enfoques ayudarían a construir una base de conocimiento más sólida sobre cómo la IA está transformando el periodismo.

Es esencial que los resultados de este estudio se traduzcan en aplicaciones prácticas en el campo del periodismo. Los medios de comunicación podrían utilizar estos hallazgos para implementar estrategias más efectivas en el uso de la IA, enfocándose en mejorar la precisión y la personalización del contenido. Además, se recomienda que las instituciones educativas integren estos conocimientos en sus currículos, preparando a los futuros periodistas para los desafíos y oportunidades que presenta la IA. Por último, los desarrolladores de tecnología podrían utilizar estas investigaciones para mejorar sus herramientas, asegurando que estén alineadas con las necesidades éticas y profesionales del periodismo.

## 11 Glosario

- **Alexa:** Amazon Alexa, o simplemente Alexa, es un asistente virtual desarrollado por Amazon, utilizado por primera vez en el altavoz inteligente Amazon Echo. Está disponible en inglés, alemán, español, japonés, francés e italiano.
- **Alucinación:** En inteligencia artificial, una alucinación se refiere a un error de un modelo de aprendizaje automático que genera información falsa pero muy detallada y convincente. Esto puede suceder por sesgos en el modelo de forma que establece conexiones incorrectas entre datos y patrones. En otras palabras, sería un patrón mal establecido que deriva en respuestas inventadas. Las alucinaciones son por ello

diferentes a los errores aleatorios, ya que se trata de fenómenos repetidos y persistentes que indican un problema más profundo en el modelo.

- Algoritmo: Un algoritmo en informática se trata de un conjunto de pasos o instrucciones establecidas, ordenadas y delimitadas para solucionar un problema, hacer un cálculo o llevar a cabo una tarea. En otras palabras, un algoritmo es el procedimiento que se sigue paso a paso para conseguir un objetivo concreto.
  - Algoritmo de búsqueda. Estos localizan uno o diversos elementos que tengan una serie de propiedades en una estructura de datos. Por ejemplo, existen diferentes tipos de búsqueda, entre las más destacados:
  - Búsqueda secuencial. En este tipo de algoritmo se compara el elemento a buscar con cada elemento del conjunto hasta dar con él o hasta que se hayan comparado todos los elementos.
  - Búsqueda binaria. El algoritmo realiza una comparación con el elemento ubicado en el medio y, si no son iguales, sigue su búsqueda en la mitad donde puede encontrarse. De esta manera, continúa comparando cada vez en intervalos más pequeños de elementos.
  - Algoritmos probabilísticos. Esta se trata de una técnica que utiliza una fuente de aleatoriedad como parte de su lógica. A través de una muestra aleatoria de la entrada, el algoritmo llega a una solución que puede no ser la mejor, pero sí la más adecuada para el problema planteado. Para que sea más probable brindar una solución correcta, el algoritmo se repite varias veces con diferentes muestras y compara los resultados.
- Aprendizaje automático: El aprendizaje automático es un campo de la inteligencia artificial que se enfoca en el desarrollo de algoritmos y modelos matemáticos que permiten a los sistemas informáticos aprender y mejorar de forma autónoma a partir de los datos que ya tienen, sin ser programados explícitamente para cada tarea.
- Bot: Un bot (aféresis de robot) es un programa informático que efectúa automáticamente tareas reiterativas mediante Internet a través de una cadena de comandos o funciones autónomas previas para asignar un rol establecido; y que posee capacidad de interacción, cambiando de estado para responder a un estímulo. Normalmente, estos bots ejecutan tareas simples y estructuralmente repetitivas, que serían imposibles de realizar por una persona.
- Caja negra: Se refiere a un modelo o sistema de inteligencia artificial que realizan una tarea específica, pero que sin entenderse completamente cómo lo hizo. Los procesos internos utilizados y los múltiples factores permanecen desconocidos. Ni

siquiera programadores o administradores de la máquina o el algoritmo saben cómo se llegó al resultado. Es decir, solo se puede conocer la entrada y la salida del modelo y no lo que ocurre entre medias, que permanece como una caja negra. Semejante fenómeno se da en las redes neuronales. Aunque se sabe que la red neuronal recibe una entrada y produce una salida, el proceso intermedio resulta difícil de entender debido a la complejidad del modelo.

- Chat: El chat (término proveniente del inglés que en español equivale a charla), también conocido como cibercharla, es uno de los métodos de comunicación digital surgido con las nuevas tecnologías. Designa una conversación escrita realizada de manera instantánea mediante el uso de un software entre dos o más usuarios conectados a la red, generalmente Internet, ya sea a través de los llamados chats públicos (si cualquier usuario puede entrar) o privados (cuando la entrada está sujeta a autorización).
- Chatbot: Un chatbot es un programa de software que utiliza la inteligencia artificial para comunicarse con los usuarios a través de mensajes de chat. Puede utilizar una variedad de tecnologías de procesamiento del lenguaje natural para interpretar y responder a las consultas de los usuarios de manera similar a como lo haría un humano. Se utilizan en una amplia variedad de aplicaciones, desde el servicio al cliente y la atención médica hasta el comercio electrónico y la educación. Algunos chatbots están diseñados para realizar tareas específicas, como la reserva de citas o la compra de productos, mientras que otros están diseñados para conversar con los usuarios de manera más general.
- Cuarta revolución industrial o Industria 4.0: El término industria 4.0 se refiere a la transformación digital de la industria y la fabricación marcada por tecnologías como el Internet de las Cosas, la inteligencia artificial o la robótica. El fundador y director del Foro Económico Mundial Klaus Schwab, quiso ir más allá al hablar de una Cuarta Revolución Industrial, para indicar la fusión de las nuevas tecnologías y sistemas y su interacción a través de dominios físicos, digitales y biológicos.
- Los vocablos se han utilizado ampliamente desde entonces para describir la convergencia de tecnologías digitales y físicas que están cambiando la forma en que funcionan los negocios, la economía y la sociedad en general. Entre una de las tendencias de esta nueva revolución se encuentra la automatización de la manufactura.
- Deepfake: Un deepfake es un video, una imagen o un audio generado que imita la apariencia y el sonido de una persona. También llamados “medios sintéticos”, son

tan convincentes a la hora de imitar lo real que pueden engañar tanto a las personas como a los algoritmos.

- **Inteligencia Artificial Generativa:** La inteligencia artificial generativa (IAG) es una rama de la inteligencia artificial que se centra en crear sistemas capaces de generar contenido original y creativo, como imágenes, música, texto y video, que no ha sido previamente programado o diseñado por un humano.
- **Prompt (petición):** Un Prompt es una pequeña sección de texto que aparece en la pantalla cuando un usuario abre una terminal o consola informática. Trata de avisar al usuario de que está lista para recibir una entrada. Normalmente muestra información como el nombre del usuario, la ruta donde se encuentra actualmente, o el símbolo del sistema operativo que se está utilizando. También pueden incluir instrucciones para realizar ciertas tareas o diagnósticos.
- **Red neuronal:** Las redes neuronales artificiales son modelos matemáticos inspirados en el funcionamiento del cerebro humano, que se utilizan en la inteligencia artificial para resolver problemas de aprendizaje automático. Son capaces de aprender patrones y relaciones complejas a partir de grandes cantidades de datos, y se utilizan en una amplia variedad de aplicaciones de aprendizaje automático, como la clasificación de imágenes, el reconocimiento de voz y la traducción automática.
- **Siri:** Siri es una inteligencia artificial con funciones de Asistente virtual a veces con su propia personalidad para iOS, macOS, tvOS y watchOS. Esta aplicación utiliza procesamiento del lenguaje natural para responder preguntas, hacer recomendaciones y realizar acciones mediante la delegación de solicitudes hacia un conjunto de servicios web que ha ido aumentando con el tiempo. Esta aplicación para iOS es el primer producto lanzado al público de SRI venture group, un grupo de desarrollo de software enfocado en aplicaciones de inteligencia virtual (no confundir con inteligencia artificial). Siri fue adquirida por Apple Inc. el 28 de abril de 2010.
- **Streaming:** cualquier contenido de medios, ya sea en vivo o grabado, que se puede disfrutar en computadoras y aparatos móviles a través de internet y en tiempo real. Los podcasts, webcasts, las películas, los programas de TV y los videos musicales son tipos comunes de contenido de streaming.

## 12 Bibliografía

- SITNFlash. (2020, 23 abril). *The History of Artificial intelligence*. Science in the News.
- (2022, 6 diciembre). *The brief history of artificial intelligence: The world has changed fast – What might be next?* Our World in Data.

- Ruiz, J. J. (2019). *Detección de noticias a través de aplicaciones de inteligencia artificial: La inteligencia artificial aplicada a informativos 2019-2020*. Dipòsit Digital de Documents de la UAB.
- Hidalgo, L. A. (1996). *Inteligencia artificial y sistemas expertos*. Universidad de Córdoba.
- Coppola, M. (2023, 28 julio). *Conoce 5 tipos de inteligencia artificial y para qué te servirán en 2023*. HubSpot.
- Díez, R. P., Gómez, A. G., & De Abajo Martínez, N. (2001). *Introducción a la inteligencia artificial: sistemas expertos, redes neuronales artificiales y computación evolutiva*. Universidad de Oviedo.
- Adams, K. (2020, 7 julio). *¿Qué es la automatización de contenido? la definición y los beneficios*. SharpSpring.
- Verdura, J. (2021). *Automatizar contenidos digitales*.
- Future of Life Institute. (2023, 18 septiembre). *Pause Giant AI Experiments: An Open Letter*.
- Alcaide, S., Alcaide, S., & Alcaide, S. (2023, 11 junio). *Aprovechemos la inteligencia artificial para el periodismo*. El País.
- Prodigioso volcán. *Inteligencia Artificial para periodistas*.
- Avilés, J. A. G. (2019, 2 noviembre). *El impacto de la inteligencia artificial en el periodismo*. Blog UMH.
- Nafría, I. (2014). *¿Es viable una sociedad sin periodistas?* Cuadernos de Comunicación Evoca.
- Coliva, A. Y. (2023, 13 abril). *La IA en la ciencia ficción: la rebelión de las máquinas*. Nota al Pie.
- Manuel, C. L. J. (2011). *La ética periodística como ética aplicada*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.
- Manfredi Sánchez, J. L., & Ufarte Ruiz, M. J. (2019). *Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación*. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 124.
- Ruiz, M. J. U., Rubio, L. M. C., & Verdú, F. J. M. (s. f.). *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial*. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 27(2), 673-684.
- De Lara González, A., Avilés, J. A. G., & Robles, F. A. (2022). *Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales*. Textual & Visual Media, 15, 1-17.
- Esteban, E. G., & Sanahuja, R. S. (2023). *Exigencias éticas para un periodismo responsable en el contexto de la inteligencia artificial*. Daimon: Revista Internacional de Filosofía, 90, 131-145.
- Carlson, M. (2015). *The Robotic Reporter*. Digital Journalism
- Young, M. L., & Hermida, A. (2015). *From Mr. and Mrs. Outlier to Central Tendencies*. Digital Journalism
- Graefe, A., Haim, M., Haarmann, H., & Brosius, H. (2016). *Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability*. Journalism

- Bucher, T. (2017). Machines don't have instincts. Digital Journalism
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J., & King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism. New York, NY: Tow Center for Digital Journalism & Brown Institute for Media Innovation.
- Gonzalo, M. (2023, 22 septiembre). *Cómo detectar textos generados por inteligencia artificial*. Newtral.
- Collado, C. (2023, 11 septiembre). *OpenAI lo admite: las herramientas para detectar textos generados por IA no funcionan*. La Vanguardia.
- Vallés Esteve, J. (2023, 6 junio). *Generación automatizada de contenidos informativos. Análisis del tratamiento mediático sobre los efectos de ChatGPT en el periodismo*.
- Daniel, G. M. W. (2023, 2 junio). *La inteligencia artificial aplicada al periodismo : casos de estudio Teleantioquia y Telemedellín*.
- Mandell, K. M. Y. J. (2023). *El futuro de la tecnología lingüística: el futuro de la traducción automática*. Lionbridge.
- Reyes, N. S. (2023). *Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales*. Polo del Conocimiento.
- Brown, T. B. (2020, 28 mayo). *Language Models are Few-Shot Learners*. arXiv.org.
- Lindén, C. (2017). *Algorithms for Journalism: The Future of News Work*. The Journal of media innovations, 4(1), 60-76.
- Graefe A. (2016) *Guide to Automated Journalism*. Columbia Journalism Review.
- Van Dalen, A. (2012). *The algorithms behind the headlines*. Journalism Practice, 6(5-6), 648-658.
- De-Lima-Santos, M., & Ceron, W. (2021). *Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook*. Journalism and media.
- Diakopoulos N. *Automating the news*. Harvard University Press.
- Beam, M. A. (2013). *Automating the news*. Communication Research, 41(8), 1019-1041.
- Parisier E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You* Interactions
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E., Watts, D. J., & Zittrain, J. (2018). *The science of fake news*. Science, 359(6380), 1094-1096.

## 13 Anexos

### 13.1 Transcripción entrevista a Alex Rubio

Pregunta: ¿Cómo ha influido la inteligencia artificial en tu trabajo diario en el sector de la comunicación?

Respuesta: Considero que la inteligencia artificial, en especial herramientas como ChatGPT, ha irrumpido con mucha fuerza en el ámbito teórico. Sin embargo, en términos prácticos, en cuanto a su implementación real en el periodismo, aún hay un largo camino por recorrer. Desde el lanzamiento de ChatGPT, esta herramienta ha hecho accesible la generación de contenido automatizado, generando una gran cantidad de novedades. Muchas personas han experimentado y probado estas innovaciones, pero integrarlas eficazmente en los procesos y operaciones cotidianas sigue siendo un desafío.

Lo que observo es que todavía hay mucho por hacer para implementar estas herramientas de manera efectiva y funcional. En este momento, parece que estamos en la fase de 'hype', en la que todo el mundo quiere explorar y conocer estas tecnologías, pero lo que falta es una implementación efectiva.

Desde mi perspectiva, tanto como director de agencia como en el contexto empresarial, todavía estamos en una etapa en la que las pequeñas y medianas empresas, así como las grandes corporaciones, perciben la inteligencia artificial como algo conocido, pero no comprenden completamente cómo pueden integrar estas herramientas en su día a día de manera beneficiosa.

Pregunta: ¿Qué oportunidades y desafíos crees que presenta la IA para el futuro del periodismo?

Respuesta: "Las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial, y en particular herramientas como GPT, son inmensas. Estas herramientas generativas, especialmente desde una perspectiva multimodal, ofrecen un amplio abanico de posibilidades. Por ejemplo, pueden captar inspiración, realizar resúmenes detallados de sitios web o enlaces, enfocar temas, descubrir nuevas temáticas, comparar y ofrecer diversas perspectivas. Incluso permiten explorar diferentes 'voces' en un mismo tema, ayudando en la generación de ideas creativas. En esencia, estas herramientas actúan como un compañero altamente efectivo, complementando nuestras capacidades de una manera ágil en cuanto a búsqueda, investigación y selección de temas, adaptándose a nuestro ritmo de trabajo y necesidades específicas.

En cuanto a los desafíos, uno de los principales es la verificación de fuentes. La dependencia total en lo que estas herramientas proporcionan puede ser riesgosa. A menudo, pueden presentar 'alucinaciones', es decir, generar información inexacta o referencias no del todo ciertas. Cuando se usa esta herramienta en un contexto diario, se pueden percibir fisuras, especialmente en temas que conocemos bien. A veces, puede abordar ciertos aspectos de manera abstracta o poco concreta, lo que podría llevarnos a



pensar que tenemos una fuente completamente fiable en cualquier campo, cuando en realidad no es así. Por lo tanto, deberíamos tratarla como una fuente más de información que puede ayudar en la curación de contenido, pero siempre con una necesidad de verificación y fiabilidad posterior por nuestra parte.

Otro aspecto que considerar son las implicaciones éticas, especialmente en lo que respecta a la posibilidad de suplantar el trabajo de otros profesionales. Esto plantea una reflexión tanto individual como colectiva sobre el rol que queremos asignar a la inteligencia artificial y los límites que debemos establecer. Es clave considerar estas herramientas como algo que complementa nuestro trabajo y no que lo sustituye."

Pregunta: ¿Cómo percibes el equilibrio entre la generación automática de contenidos y la creatividad periodística?

Respuesta: Considero que la clave para mantener un equilibrio saludable entre la generación automática de contenidos y la creatividad periodística radica en ver estas herramientas de IA como complementos a nuestra visión y forma de trabajo. Aunque estas herramientas ofrecen posibilidades limitadas, en el sentido de que pueden generar un artículo sobre un tema específico con un número determinado de palabras, este enfoque puede resultar en la reducción de la creatividad profesional y en la producción de contenido que carece de valor distintivo. Dichos contenidos tienden a ser similares en estructura, jerarquía y enfoque, a menudo resultando en una expresión genérica y carente de sentimiento o empatía.

Sin embargo, trabajando estas herramientas de manera que complementen nuestro propio contexto y enriquezcan nuestro contenido, podemos transformarlas en una especie de 'otro yo' que trabaja en armonía con nosotros. Esto requiere una capacidad de entrenamiento y un uso efectivo de la herramienta. El verdadero potencial de estas herramientas de IA yace en su habilidad para asistirnos en tareas como búsquedas de información de manera eficiente y ágil, complementando nuestra capacidad de interpretación y adaptación a nuestro estilo propio.

Por ejemplo, pueden apoyar en labores específicas como la revisión de textos (proofreading) o la búsqueda de información relevante, sin reemplazar la esencia de nuestro trabajo. Así, mantenemos nuestra identidad como comunicadores, aportando un valor añadido y preservando la personalidad única que un profesional de la comunicación debe tener.

Pregunta: ¿Qué medidas éticas consideras importantes al utilizar la IA en la producción de noticias?

Respuesta: Desde mi punto de vista, la responsabilidad individual juega un papel crucial al utilizar la inteligencia artificial en la producción de noticias. Históricamente, los avances tecnológicos han transformado diversas industrias, como lo hizo Google con las búsquedas en internet o la transición de la fotografía analógica a digital. Estos cambios nos han llevado a replantearnos cuestiones fundamentales sobre nuestra manera de trabajar.

Con la llegada de la generación de contenido asistida por IA, enfrentamos preguntas similares. Por ejemplo, en campos como la traducción, la creación de contenido, o incluso en la producción de vídeo y audio, la IA está cambiando la forma en que se desarrolla el trabajo profesional. Surge entonces la preocupación sobre cómo estas herramientas son alimentadas, como se evidenció en la demanda del New York Times por el uso de sus noticias para entrenar motores de IA. Esto lleva a la necesidad de establecer nuevos límites éticos, algo en lo que la Unión Europea está trabajando actualmente.

Desde una perspectiva individual, es esencial entender estas herramientas como complementos y no como sustitutos de los profesionales. Deberíamos ser transparentes sobre el uso de la IA en nuestro trabajo y reconocer los límites que no estamos dispuestos a cruzar. La reflexión individual y colectiva sobre cómo empleamos la IA es fundamental. Aunque hemos visto la tecnología reemplazar funciones en el ámbito industrial, su impacto en el ámbito creativo es un terreno relativamente nuevo y desafiante.

Por lo tanto, nos encontramos en una nueva fase donde, como sociedad, debemos reflexionar conjuntamente sobre los límites y caminos que estamos dispuestos a permitir que la inteligencia artificial recorra en el periodismo y en qué áreas queremos restringir su avance.

Pregunta: ¿Cómo impacta la IA en la precisión y verificación de los datos en el desarrollo del trabajo?

Respuesta: En cuanto a la verificación de contenido, veo dos áreas clave en desarrollo. La primera es el aspecto técnico, donde las propias herramientas de IA podrían incorporar funciones avanzadas, como líneas de código específicas, que permitan identificar contenidos generados por IA. Esto podría ayudar a distinguir entre contenido auténtico y aquel que es falso o 'fake'.

La segunda área se relaciona con la figura de un verificador de contenido, un rol dedicado a confirmar la autenticidad de la información. Esta figura sería clave para determinar si una información es real o falsa, y en qué medida.

Es importante señalar que incluso antes de la llegada de la inteligencia artificial aplicada en el periodismo, ya existían desafíos relacionados con la verificación de fuentes. Han surgido

portales de información específicamente para evaluar la veracidad de las noticias y señalar aspectos cuestionables. Sin embargo, la verificación de contenido no está exenta de influencias ideológicas. Al igual que los medios de comunicación tienen sus propias perspectivas y posicionamientos, la verificación de contenido también puede ser afectada por estos matices, lo que introduce una serie de 'grises' en el proceso.

Creo que la figura del verificador de contenido es viable y necesaria, aunque debemos reconocer que habrá situaciones en las que la claridad absoluta no sea posible. Estamos cruzando una frontera con el uso de la IA en la verificación de datos, lo que implica que no hay vuelta atrás en este camino hacia la integración tecnológica en el periodismo.

Pregunta: ¿De qué manera la personalización de contenidos mediante IA afecta la diversidad informativa?

Respuesta: La personalización de contenidos mediante IA es un fenómeno que ya existe desde hace años, especialmente evidente en redes sociales. Estas plataformas muestran contenido basado en algoritmos que se adaptan a nuestro perfil, tanto en contenido orgánico como publicitario. Esta segmentación se realiza en base a parámetros como intereses, localización, edad, sexo, e interacciones previas, muchas veces de forma inconsciente para el usuario.

Como usuarios, hemos estado recibiendo información muy segmentada hacia un perfil que hemos parametrizado en plataformas sociales y páginas web. Esto también ocurre en el ámbito de la publicidad programática, donde se nos muestra contenido basado en nuestras interacciones previas e intereses proporcionados, a menudo de manera inconsciente.

Lo que falta, en mi opinión, es una mayor transparencia y un esfuerzo educativo para hacer a los usuarios conscientes de que su actividad en internet tiene consecuencias en la segmentación del tipo de información que reciben. Esta personalización, ya presente y probablemente ahora más amplia que antes, puede llevarnos a una polarización aún mayor. Los algoritmos pueden captar ciertas ideologías o comportamientos y conducirnos a visualizar solo noticias o contenido que refuerce una postura particular, sin exponernos a alternativas o puntos de vista diferentes.

Esta situación tiene el potencial de polarizarnos aún más como sociedad y representa un peligro en cuanto a la falta de conocimiento claro sobre lo que está sucediendo. Podemos llegar a un punto en el que solo se nos muestren noticias o contenidos que reafirmen nuestras posturas existentes, sin mostrar otras perspectivas que podrían ser complementarias o presentar un pensamiento lateral.

Por lo tanto, considero que es esencial una reflexión colectiva sobre cómo estamos siendo influenciados por estos algoritmos y hacia dónde nos está llevando esta personalización de contenidos. Debemos estar conscientes de cómo esto afecta la diversidad informativa y el equilibrio en nuestra exposición a diferentes puntos de vista.

Pregunta: ¿Qué habilidades consideras esenciales para los periodistas y comunicadores en la era de la IA?

Respuesta: En primer lugar, considero que la curiosidad es fundamental para los periodistas y comunicadores en la era de la IA. Esta curiosidad debe estar dirigida hacia el seguimiento constante de los avances y aplicaciones emergentes en el campo de la IA. Es importante no solo conocer estas tecnologías a nivel teórico, sino también explorar cómo se pueden integrar de manera práctica en su trabajo diario. Mantenerse actualizado sobre las noticias y desarrollos relacionados con nuevas aplicaciones y funcionalidades de la IA es crucial.

En segundo lugar, el uso práctico y la experimentación con estas herramientas de IA son habilidades clave. Los periodistas y comunicadores deben probar y testear estas tecnologías para comprender cómo pueden aplicarse específicamente en sus contextos de trabajo. Esta exploración práctica es esencial para entender las posibilidades y limitaciones de la IA en su campo.

Por último, es importante que los profesionales entiendan la IA como un complemento a su trabajo, no como un sustituto. Deben ver la IA como un conjunto de nuevas herramientas que se presentan en su trayectoria profesional, ofreciendo la oportunidad de potenciar y maximizar su eficacia. La habilidad para integrar estas herramientas de manera que amplíen sus capacidades y les permitan alcanzar objetivos más ambiciosos es esencial en la era de la IA.

En resumen, las habilidades esenciales para los periodistas y comunicadores en la era de la IA incluyen la curiosidad por las nuevas tecnologías, la experimentación práctica con estas herramientas y la capacidad de entender la IA como un complemento que potencia sus habilidades profesionales.

## 13.2 Encuesta

### Periodismo e Inteligencia Artificial

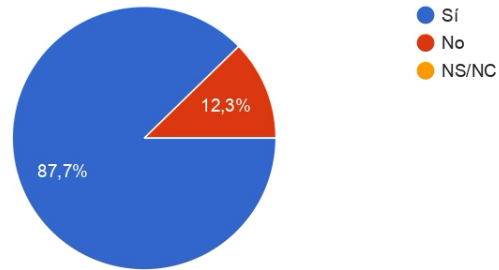
57 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

Has utilizado conscientemente una Inteligencia Artificial

[Copiar](#)

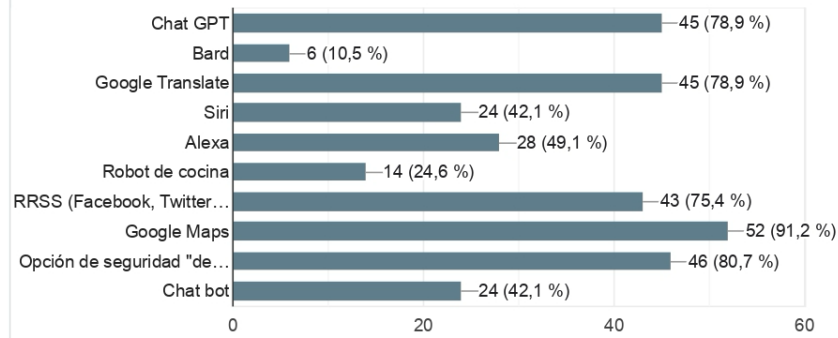
57 respuestas



Señala si has utilizado alguno de los siguientes:

[Copiar](#)

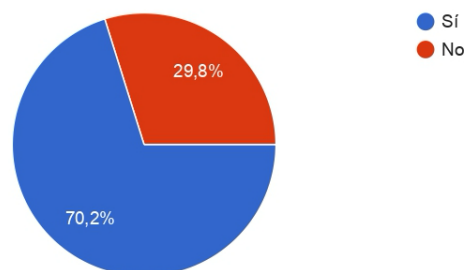
57 respuestas



¿Eras consciente que todas estas opciones utilizan IA?

[Copiar](#)

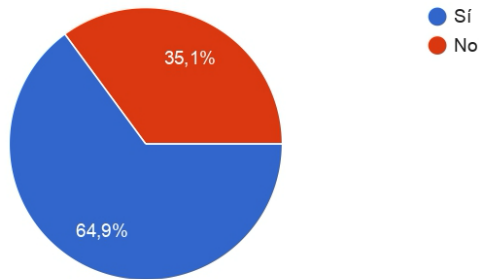
57 respuestas



¿Utilizas alguna IA en el área de comunicación/periodismo?

 Copiar

57 respuestas

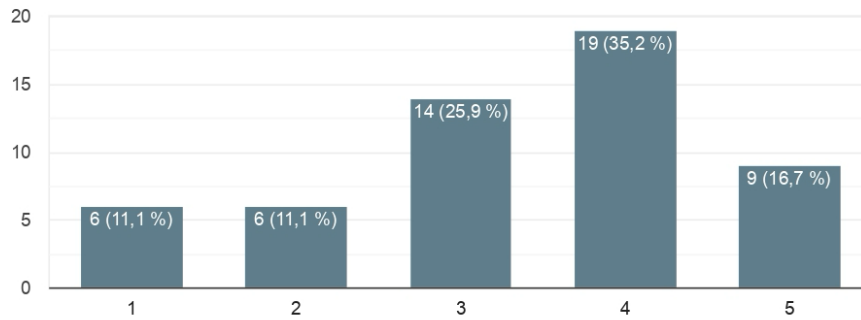


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La inteligencia artificial ha mejorado significativamente la eficiencia de mi trabajo en periodismo/comunicación.

54 respuestas

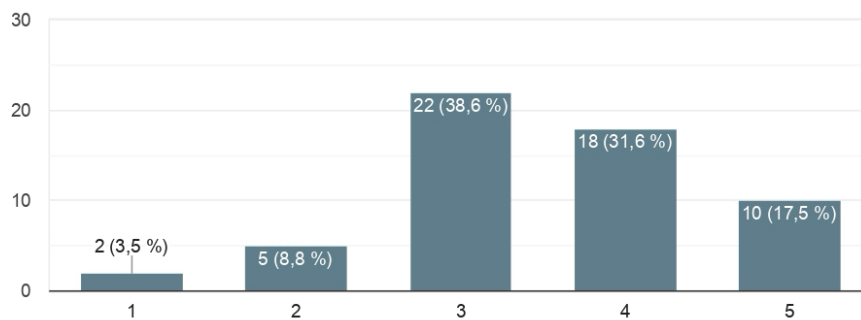


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La IA presenta más oportunidades que desafíos para el futuro del periodismo.

57 respuestas

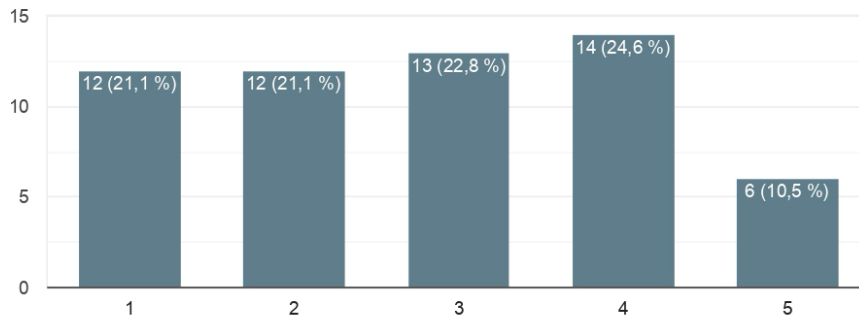


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La generación automática de contenidos no compromete la creatividad periodística.

57 respuestas

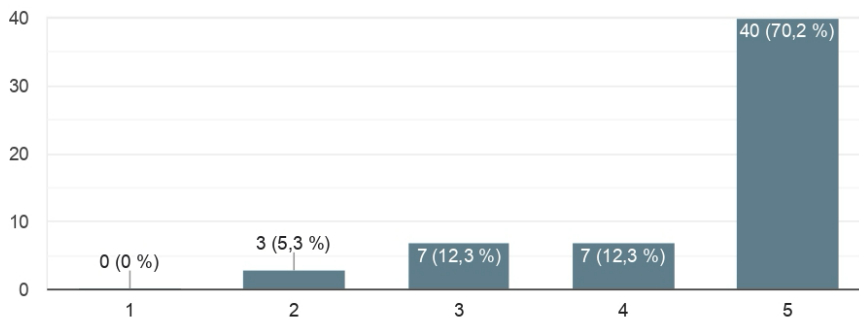


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

Las consideraciones éticas son fundamentales al utilizar IA en la producción de noticias.

57 respuestas

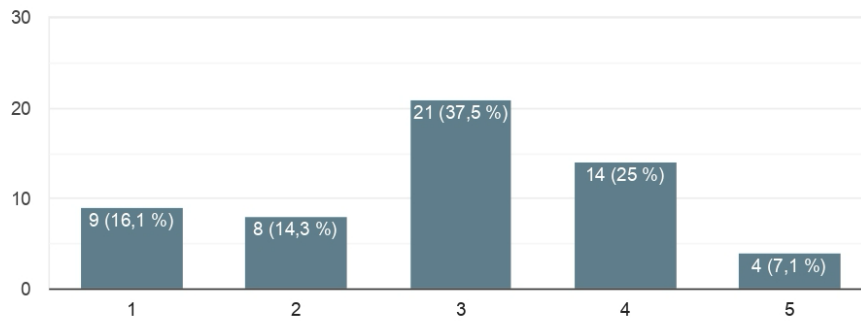


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La IA ha aumentado la precisión y verificación de datos en mi trabajo.

56 respuestas

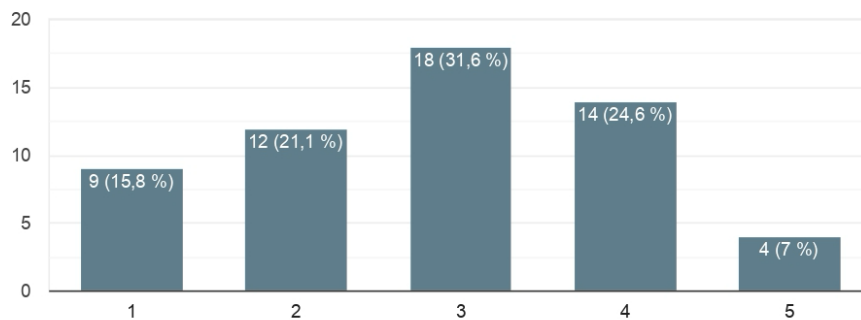


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La personalización de contenidos mediante IA mejora la diversidad informativa.

57 respuestas



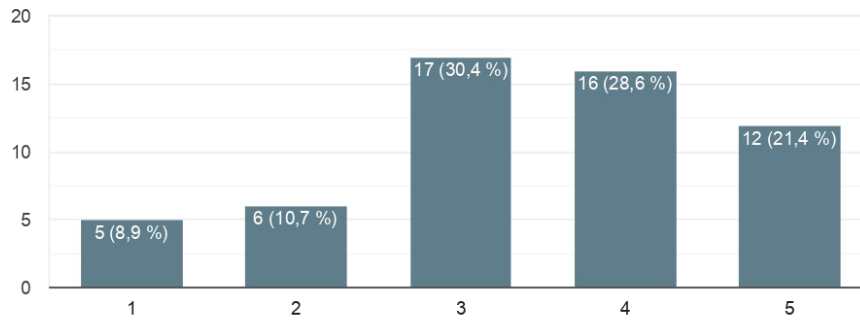


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

Las habilidades en IA son esenciales para los periodistas en la actualidad.

56 respuestas

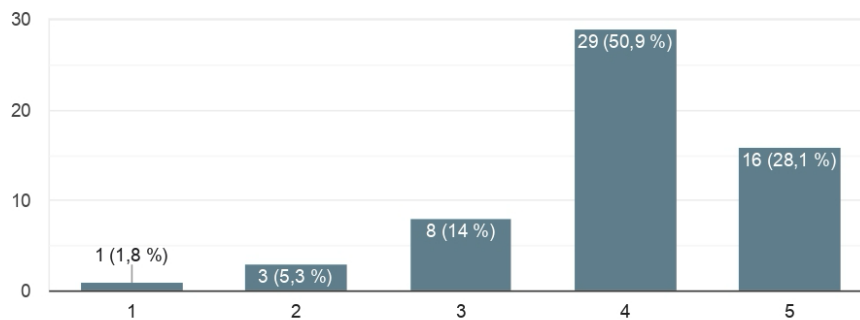


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La IA transformará radicalmente el periodismo en los próximos 5 años.

57 respuestas

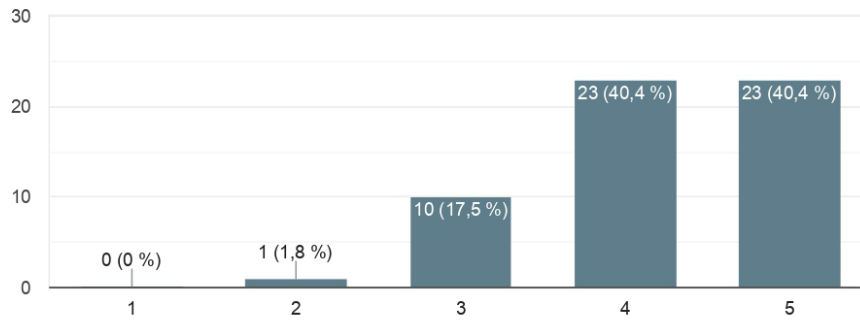


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

La formación en IA es crucial para los profesionales de la comunicación.

57 respuestas

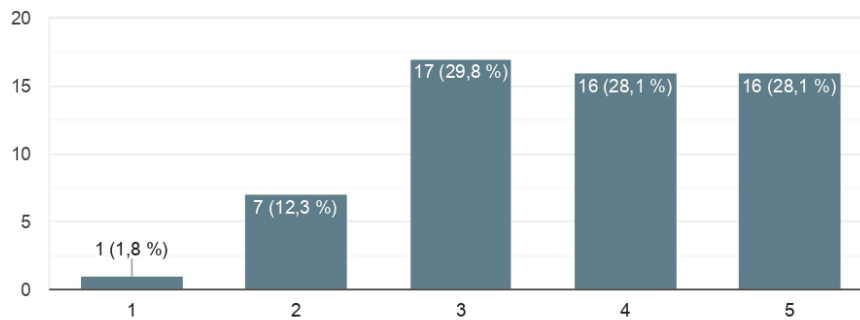


Valora del 1 al 5 esta afirmación:

 Copiar

Es posible mantener la integridad y objetividad periodística en la era de la IA.

57 respuestas



Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



### 13.3 Capturas de pantalla del programa AI Engine en Diario de Alicante

A continuación se detalla en capturas un ejemplo de generación de contenido a partir de un teletipo del CICU (Centro de Información y Coordinación de Urgencias):

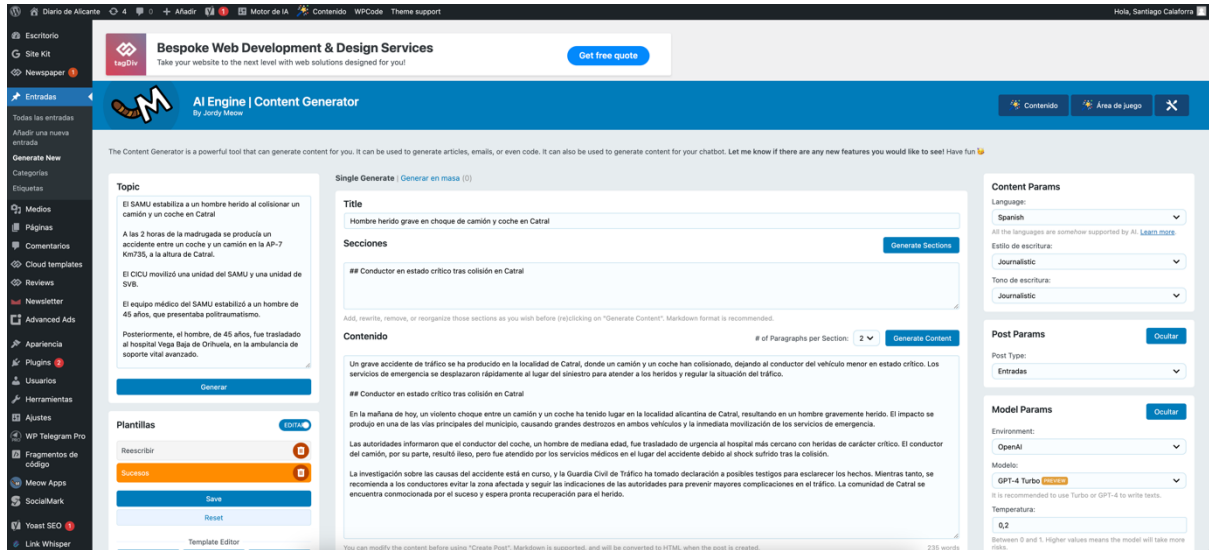


Ilustración 1: Captura de pantalla de backend de Diario de Alicante donde se ejecuta la aplicación Engine AI para la redacción de sucesos, en la imagen se ve el ejemplo del teletipo de un suceso convertido automáticamente en un texto periodístico.

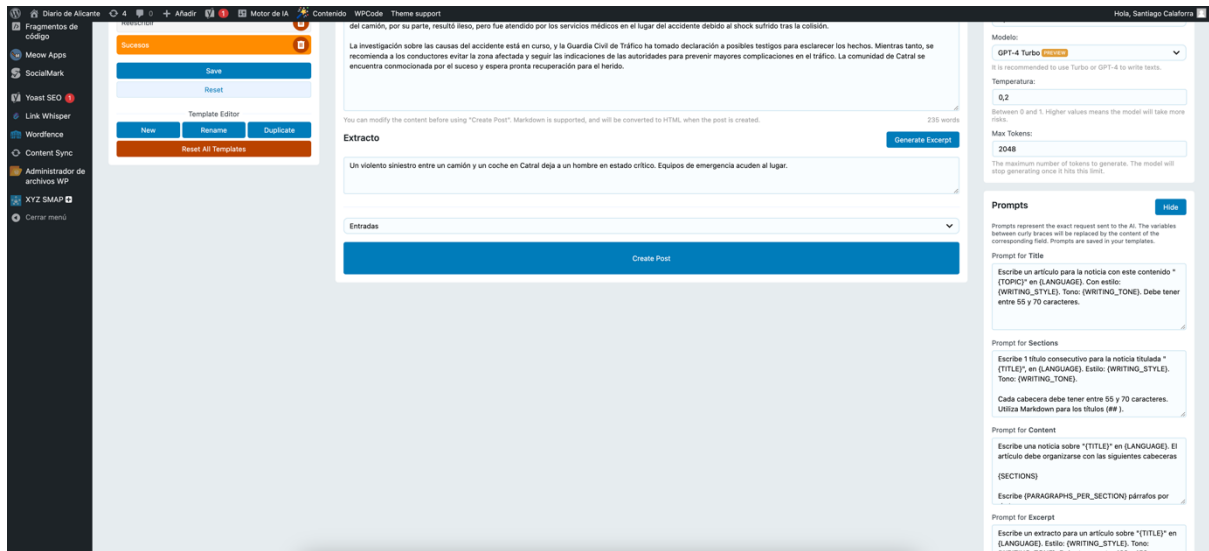


Ilustración 2: Captura de pantalla de backend de Diario de Alicante donde se ejecuta la aplicación Engine AI para la redacción de sucesos (continuación)



Ilustración 3: Captura de pantalla de backend de Diario de Alicante donde se ejecuta la aplicación Engine AI para la redacción de sucesos (continuación)

### 13.4 Capturas de pantalla del programa GTranslate en Actualidad Valencia

A continuación se detallan dos procesos de corrección a partir de una traducción de motor neuronal y su implementación de la corrección en el banco de excepciones.



Ilustración 4: Captura de pantalla de backend de Actualidad Valencia donde se ejecuta el traductor automático neuronal GTranslate para la automatización de traducciones

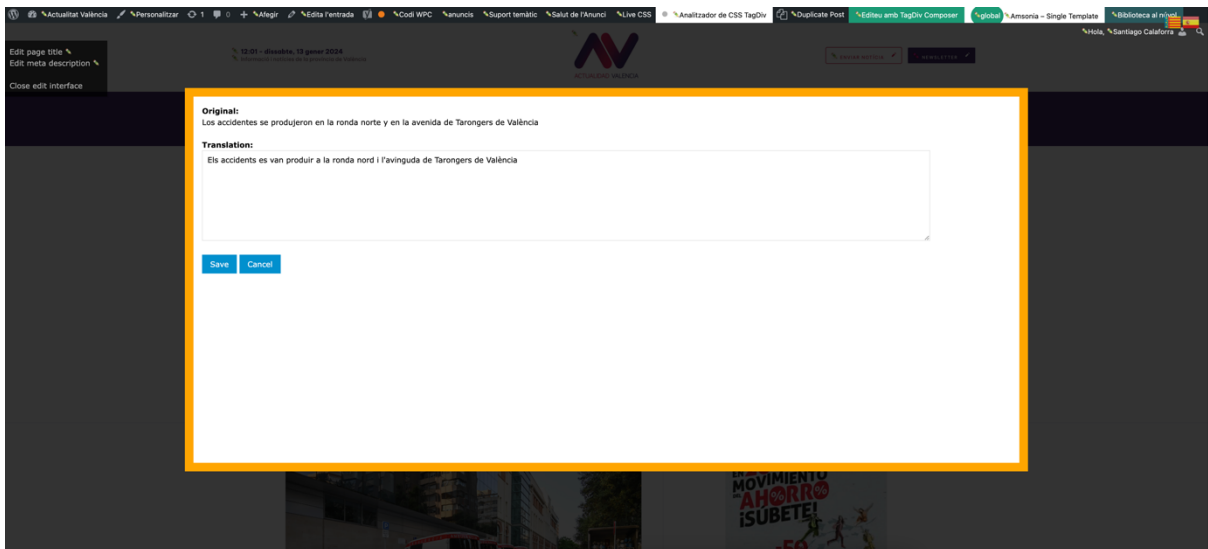


Ilustración 5: Captura de pantalla de backend de Actualidad Valencia donde se ejecuta el traductor automático neuronal GTranslate para la automatización de traducciones. En la imagen se puede ver el texto original, la traducción sugerida con opción de edición.

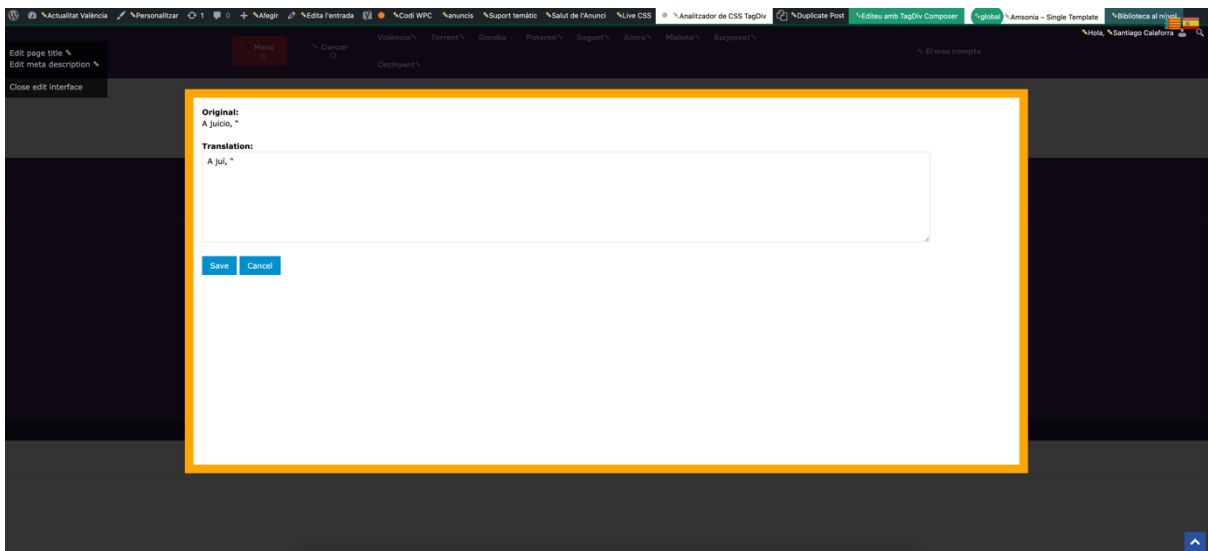


Ilustración 6: Captura de pantalla de backend de Actualidad Valencia donde se ejecuta el traductor automático neuronal GTranslate para la automatización de traducciones. En la imagen se ve la posibilidad de cambiar la forma juicio por juí

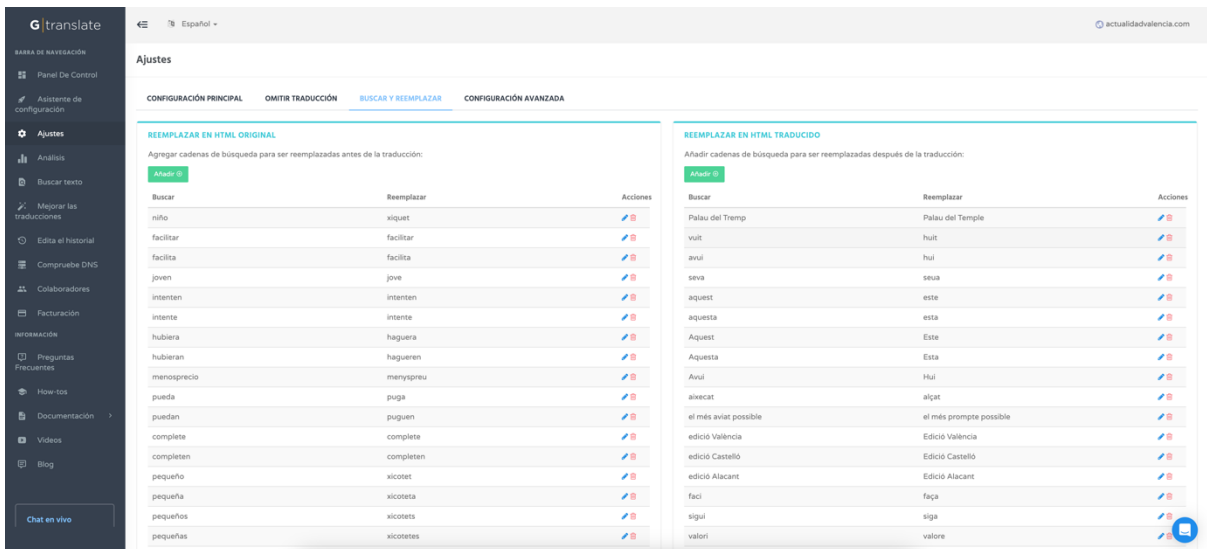


Ilustración 7: Captura de pantalla del panel de control de GTranslate donde se muestra el banco de excepciones de la traducción automática en catalán.

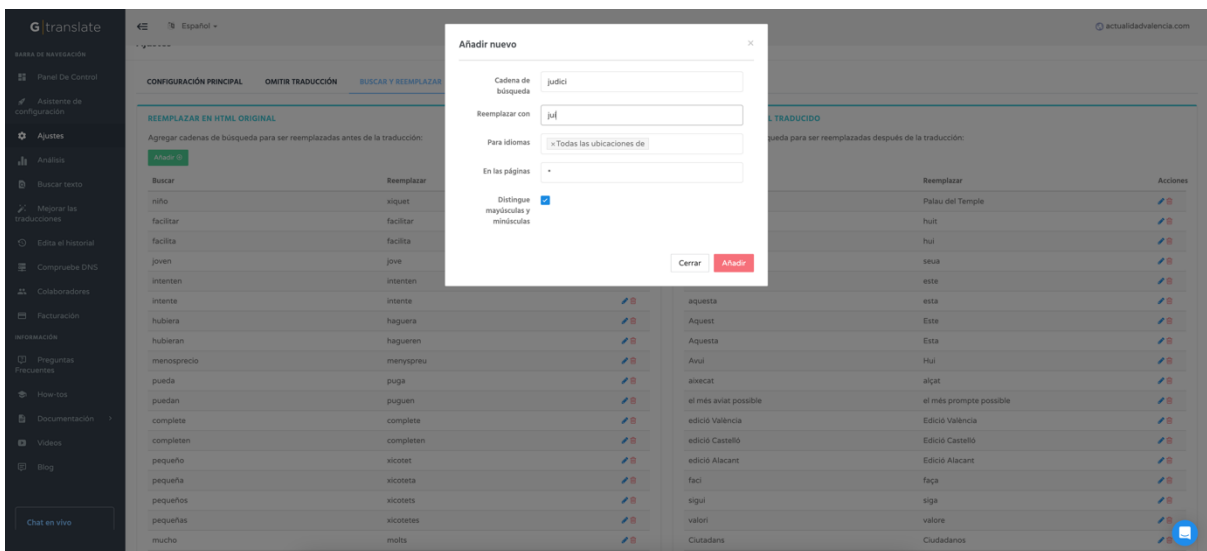
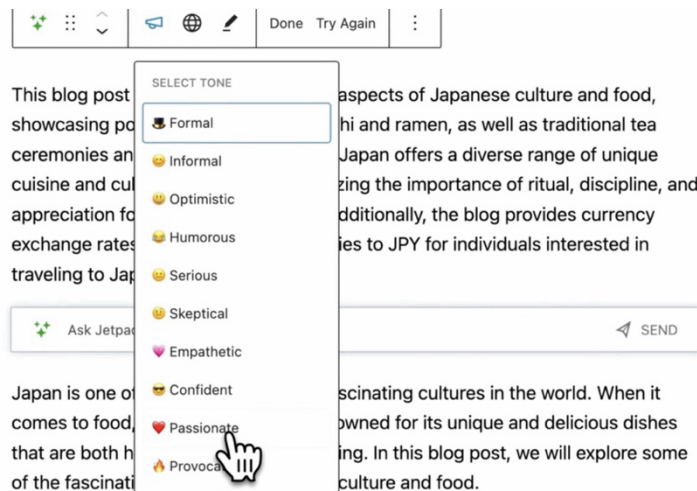


Ilustración 8: Captura de pantalla del panel de control de GTranslate donde se muestra el banco de excepciones de la traducción automática en catalán. Momento de inserción de la excepción que permite traducir juicio como "juí"

### 13.5 Capturas de pantalla del programa IA de Jetpack



One of the most popular Japanese dishes is sushi. This delicacy is made with rice that has been seasoned with vinegar and topped with raw fish or a variety of other ingredients. Sushi is known for its unique flavors and textures, and it represents an

*Ilustración 9: Captura de pantalla del sistema Jetpack AI en su versión demo similar al utilizado en Actualidad Castellón. Solo funciona correctamente con textos en inglés.*