

DOI: <https://doi.org/10.47300/actasidi-unicyt-2024-51>

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERIODISMO: RETOS Y DESAFÍOS EN LA NUEVA ERA

Reyes Hidalgo, Cristhian Martin

Universidad Tecnológica ECOTEC

Guayaquil, Ecuador

creyesh@ecotec.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8213-6355>

Burgos Zambrano, Débora Judith

Universidad Tecnológica ECOTEC

Guayaquil, Ecuador

dburgos@ecotec.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4982-9704>

RESUMEN

El periodismo está en constante evolución, marcado por el avance e integración de la Inteligencia Artificial (IA), esta incorporación promete revolucionar la recolección y análisis de datos, y suscita preocupaciones sobre la veracidad e imparcialidad de la información. En ese contexto, este estudio aborda cómo la incursión de la IA redefine el rol del periodista y los desafíos inherentes a la automatización de tareas: generación de noticias, procesamiento de datos y personalización de contenidos, principios éticos y responsabilidad social. Examina las oportunidades que ofrece la IA para mejorar la eficiencia, la precisión y la narrativa periodística, así como los riesgos de dependencia tecnológica, deshumanización del contenido y potencial sesgo algorítmico. Con esta premisa nace la interrogante: ¿Cómo impacta la IA en la verificación de hechos y contribuye a combatir la desinformación? El objetivo es evaluar este impacto en las prácticas periodísticas, identificar cómo estas tecnologías mejoran la precisión, eficiencia y calidad del contenido; se examinan estrategias para abordar los desafíos éticos, de objetividad y confiabilidad. Con este propósito se realiza un análisis sistemático, exploratorio y cualitativo. En conclusión, la incursión de la IA en el periodismo plantea retos y oportunidades. Puede mejorar la eficiencia y precisión en la verificación de hechos y combatir la desinformación, pero exige una revisión crítica de la ética periodística y la adaptación de las prácticas profesionales. La correlación de estos campos marca un cambio crucial: revisar las competencias periodísticas, y buscar un equilibrio entre innovación tecnológica y compromiso con la ética y el bienestar social.

Palabras clave: IA, periodismo, tecnología, innovación, desinformación.

ABSTRACT

Journalism is in constant evolution, marked by the advance and integration of Artificial Intelligence (AI), this incorporation promises to revolutionize data collection and analysis, and raises concerns about the veracity and impartiality of information. In that context, this study addresses how the incursion of AI redefines the role of the journalist and the challenges inherent in the automation of tasks: news generation, data processing and content personalization, ethical principles and social responsibility. It examines the opportunities offered by AI to improve efficiency, accuracy and journalistic storytelling, as well as the risks of technological dependency, dehumanization of content and potential algorithmic bias. With this premise, the question arises: how does AI impact fact-checking and help combat misinformation? The objective is to evaluate this impact on journalistic practices, identify how these technologies improve accuracy, efficiency and quality of

content; strategies to address ethical, objectivity and reliability challenges are examined. To this end, a systematic, exploratory and qualitative analysis is carried out. In conclusion, the incursion of AI into journalism poses challenges and opportunities. It can improve efficiency and accuracy in fact-checking and combat misinformation, but it demands a critical review of journalistic ethics and the adaptation of professional practices. The correlation of these fields marks a crucial shift: review journalistic competencies and seek a balance between technological innovation and commitment to ethics and social welfare.

Keywords: AI, journalism, technology, innovation, disinformation.

1. INTRODUCCIÓN

La convergencia entre tecnología y comunicación ha alcanzado un punto de inflexión sin precedentes con la irrupción de la Inteligencia Artificial (en adelante: IA) en el ámbito periodístico. Esta confluencia integra múltiples facetas y delinea un panorama innovador que, según Sanahuja & Rabadán (2022), el "potencial de influir en la forma de hacer periodismo y de consumir información." Aunque este escenario presenta un rediseño en las metodologías de recolección y análisis de datos, también plantea preguntas sobre la autenticidad y la imparcialidad de la información, así como el futuro rol del periodista en la sociedad. Este documento tiene como propósito explorar y evaluar el impacto de la IA en el periodismo, en cómo redefine el rol del periodista y su contribución en la lucha contra la desinformación, además de analizar los desafíos y oportunidades que presenta.

Esta tecnología ha posicionado al periodismo en un punto crucial de transformación, donde, como señalan Fernández et al. (2024), el tema ya no es de una próxima generación, sino que se está convirtiendo rápidamente en "la parte central de una operación de noticias moderna en todos los niveles, desde la recolección y producción de noticias hasta su distribución". Sin embargo, esta fase aún se mantiene en constante exploración y, por ello Túnñez-López et al. (2021) mencionan que esta realidad, al referirse a la incursión de la IA en el periodismo, ha sido poco analizada.

Este estudio aborda y analiza cómo la IA está transformando los procesos de verificación de datos y su papel en la lucha contra la desinformación en el periodismo. Con el avance de los algoritmos de IA en la generación y personalización de contenidos, emergen interrogantes críticas sobre la fiabilidad de las noticias generadas automáticamente y el riesgo de sesgos que podrían alterar la percepción pública. El objetivo es investigar y determinar cómo la IA está redefiniendo el rol del periodista y su capacidad para abordar desafíos como la desinformación, así como entender cómo esta tecnología puede ser empleada de manera ética y efectiva en el ámbito mediático.

2. MARCO CONCEPTUAL

Historia y Evolución de la IA en el Periodismo

La incorporación de la inteligencia artificial en el ámbito periodístico ha generado una revolución significativa en la industria de los medios de comunicación.

"Las experiencias de periodismo electrónico se multiplicaron en varios países, hasta que, con la invención en 1989 de la World Wide Web por Tim Berners-Lee, el periodismo del ciberespacio emergió definitivamente en 1994 para imponerse a todos estos servicios. La red informática mundial provocó en poco tiempo una verdadera eclosión de "periódicos online" que buscaban su propio lenguaje multimedia, su propia identidad y la emancipación de sus "padres" impresos y audiovisuales". (Masip et al., 2022, p. 3)

En ese sentido Túnñez López et al. (2019) refieren que esta era marcó un periodo de consolidación en la automatización, en el desarrollo histórico de la inteligencia artificial aplicada al periodismo, el surgimiento de GPT, por OpenAI, en 2020, marca un hito significativo.

Conceptos Clave

Inteligencia Artificial (IA): Rouhiainen (2018) define este término como “la habilidad de los ordenadores para hacer actividades que normalmente requieren inteligencia humana”; mientras que, De la Hoz et al. (2020) resumen que es un proceso que implica capacitar a las máquinas para realizar tareas complejas que anteriormente solo eran ejecutables por humanos.

Aprendizaje automático: “En pocas palabras, se trata un aspecto de la informática en el que los ordenadores o las máquinas tienen la capacidad de aprender sin estar programados para ello” (Rouhiainen, 2018).

Algoritmo: De la Hoz et al. (2020) define un algoritmo como una secuencia estructurada de instrucciones, pasos o procesos diseñados para llevar a cabo una tarea específica. Según el autor, los algoritmos constituyen el fundamento para el funcionamiento de todos los sistemas de inteligencia artificial.

Periodismo Automatizado: Se refiere al uso de software y algoritmos de inteligencia artificial para generar automáticamente contenido periodístico sin intervención humana directa.. Ruiz et al. (2020) menciona que “esta forma de producir noticias se encuentra en ebullición y se ha convertido en un prolífico campo de estudio”.

Automatización de Noticias: Alude al proceso algorítmico que convierte datos en textos informativos con poca o ninguna intervención humana (Ruiz et al., 2020).

Aplicación de la IA en los Medios

El 17 de marzo de 2014, un terremoto registrado en Los Ángeles, California, marca un hito en el periodismo cuando el diario Los Angeles Times publicó la noticia, tres minutos después del evento, gracias a un algoritmo desarrollado por Ken Schwencke.. Salazar García (2018), al referirse a la inteligencia artificial y el periodismo, refiere que “actualmente son muchas las noticias generadas por máquinas, principalmente en medios de comunicación norteamericanos como The Washington Post, The Wall Street Journal, Forbes y CNN” (p.305).

En Europa, los medios de radiotelevisión pública adoptan y exploran este tipo de tecnología para mejorar sus servicios a los estándares emergentes del entorno audiovisual. La IA es aplicada en la creación automática de noticias utilizando bibliotecas de narraciones y bases de datos estructuradas; rastrear palabras clave, cruzar informaciones y analizar grandes volúmenes de datos rápidamente; interpretan, organizan y producen noticias en un formato reconocible por el usuario. Esto incluye la personalización de contenidos y la recomendación de noticias basadas en las preferencias del usuario (Fieiras-Ceide et al., 2023).

En América Latina, la aplicación de la IA en los medios es un tema en desarrollo y que se abre paso a un ritmo diferente al de las regiones tecnológicamente avanzadas como Europa y Norteamérica. En esta región la IA se está utilizando para la gestión de perfiles en redes sociales y la conexión con la audiencia (Bloomberg Cyborg, Socialbakers/Emplifi); para la generación de contenidos (Brandwatch, PiperLab); para la generación de imágenes que pueden ser de apoyo en infografías (Funes, Midjourney y DALL-E 2); para la redacción de noticias (Gabriele Heliograf - The Washington Post); para la automatización de contenidos (Taboola, Bertie, Taboola); para la creación de presentadores de noticias con IA (Zhang Zhao-Grupo Fórmula - México, NAT - Neural AI Technology); Zamora (2023).

En América Latina, el desarrollo y adopción de la IA en los medios de comunicación se encuentra aún en fase inicial, especialmente en comparación con otras regiones. Esta situación ofrece una oportunidad para que los medios exploren y amplíen la aplicación de estas tecnologías.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología empleada para llevar a cabo esta investigación está basada en un estudio organizado y metódico, siguiendo un proceso definido para la recopilación y análisis de datos; adoptando una perspectiva exploratoria, para obtener un mayor entendimiento e identificar nuevas áreas de interés para investigaciones futuras; y, por último, se emplea métodos de investigación cualitativa.

a) Definición de la pregunta

Se establece la pregunta de estudio: ¿Cómo impacta la IA en los procesos de verificación de hechos y contribuye a combatir la desinformación en el periodismo?; además, se define como objetivo evaluar cómo la incorporación de la inteligencia artificial afecta las prácticas periodísticas, buscando de qué manera estas tecnologías pueden ayudar a aumentar la precisión, la eficiencia y la calidad de los contenidos.

b) Selección de Artículos

Se desarrolla la identificación y selección de artículos científicos relevantes, mediante la base de datos Scopus (331), Revistas Científicas y medios de comunicación, para conocer (1) qué investigaciones se han realizado en este campo; (2) qué tecnologías se presentan como predominantes; y, (3) cuáles son los retos y desafíos de futuro que los investigadores han identificado.

c) Criterios de inclusión y exclusión

En este estudio analizamos el periodo comprendido entre 2019 y 2024. En torno a los criterios de inclusión se utilizaron palabras clave como: inteligencia artificial y periodismo (artificial intelligence AND journalism), periodismo latino americano (latin american AND journalism), medios de comunicación y AI (Artificial Intelligence AND social media). Por último, se definió los criterios de exclusión: (1) se excluyeron editoriales, comentarios, introducciones, reseñas de libros, resúmenes u otro tipo de publicaciones; (2) documentos referentes a la inteligencia artificial relacionadas con otras disciplinas; (3) publicaciones previas al 2018; (4) eliminación de falsos positivos.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El total de la búsqueda inicial fue de 331 resultados en Scopus y 9 revistas que publican sobre el tema y en las que se realizó una revisión preliminar del contenido publicado, el tipo de artículo, idioma de publicación (inglés o español). En la fase de evaluación, se comprobó el título, resumen y método para aplicar los criterios de exclusión. En primera instancia, se contrasta que cada entrega responda al objeto de estudio; se descartan los artículos que no mantienen relación sobre la inteligencia artificial y periodismo según la cadena de búsqueda. Posteriormente, se revisa que los artículos cumplan con estándares de calidad científica. La muestra final con la que se trabajó este escrito abarca 13 documentos en Scopus, 9 en revistas científicas y un libro.

Es esencial considerar la creación de marcos regulatorios y éticos que guíen la implementación de la IA en el periodismo (Calvo Rubio & Ufarte Ruiz, 2021), esta regulación debe ir a la par con la implementación de estrategias adaptativas y de capacitación para los profesionales del área, así como la colaboración entre periodistas y desarrolladores de tecnología para garantizar que la automatización enriquezca, en lugar de desplazar, la labor periodística (Fernández et al., 2024).

Los resultados permiten referir el tratamiento e importancia que los periodistas deben dar a algoritmos que son empleados en la IA para la estructuración de las noticias debido a que la automatización está transformando fundamentalmente la naturaleza de la profesión y, aunque estas tecnologías ofrecen herramientas potentes para la personalización y distribución de noticias, también plantean desafíos significativos en términos de ética y transparencia (Thurman et al., 2019)

5. CONCLUSIONES

La integración de tecnologías de IA en el periodismo reconfigura las prácticas periodísticas tradicionales e impulsa una revolución en la recolección, análisis y distribución de datos/información. La IA tiene un potencial de mejorar la eficacia, ahorrar tiempo y exactitud en la comprobación de datos y el manejo de grandes cantidades de información, proporcionando un terreno propicio para la innovación en el periodismo. Esta tecnología también presenta retos y desafíos, en particular en términos de ética y la deshumanización del contenido. La automatización puede

inducir a una dependencia tecnológica que podría poner en riesgo la integridad de los procesos periodísticos y la autenticidad de las historias, planteando interrogantes sobre la objetividad y el sesgo algorítmico.

Al profundizar en la automatización de la recolección y análisis de datos, este trabajo ha permitido a los profesionales y estudiantes del campo entender las capacidades y limitaciones de la IA, equipándolos para aplicar estos avances tecnológicos en la producción y personalización de contenido. A través del análisis sistemático y la discusión crítica, se ha establecido un fundamento robusto para incorporar la Inteligencia Artificial en el periodismo de manera ética y eficiente, garantizando que el progreso tecnológico se alinee con los principios y valores fundamentales que conlleva la práctica periodística.

El objetivo final del documento es concienciar a la comunidad académica y profesional del periodismo sobre la importancia de adoptar un enfoque proactivo hacia la educación y la formación en IA; fomentar un entendimiento profundo de cómo la AI está remodelando las prácticas periodísticas; y, propiciar el desarrollo de nuevos códigos deontológicos que aborden los desafíos planteados por las tecnologías emergentes.

En conclusión, la inteligencia artificial constituye un avance pionero en el ámbito periodístico. Sin embargo, su adopción requiere de un manejo prudente y con visión de futuro, asegurando que esta tecnología sirva como una herramienta que permita enriquecer la calidad y la integridad del periodismo, y no como un medio que socave los valores esenciales de la profesión.

REFERENCIAS

- Calvo Rubio, L. M., & Ufarte Ruiz, M. J. (2021). Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in web of science and scopus (2008-2019). *Communication and Society*, 34(2), 159–176. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- De la Hoz, K., Coelho, F., & Fundación Gabo. (2020a). *IA para periodistas. Una herramienta por explotar*.
- De la Hoz, K., Coelho, F., & Fundación Gabo. (2020b). *IA para periodistas. Una herramienta por explotar. Prodigioso Volcán*.
- Fernández, S. P., Rodríguez-Pallares, M., & Pérez-Serrano, M. J. (2024a). Artificial Intelligence in Journalism: An Automated News Provider. *Index.Comunicacion*, 14(1), 183–205. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Artifi>
- Fieiras-Ceide, C., Vaz-álvarez, M., & Túnñez-López, M. (2023). Designing personalisation of European public service media (PSM): trends on algorithms and artificial intelligence for content distribution | Diseño de la personalización de los medios de servicio público europeos: tendencias en algoritmos e inteligencia . *Profesional de La Informacion*, 32(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.11>
- Masip, P., López-García, X., Díaz-Noci, J., Palomo, B., Salaverría, R., & Meso-Ayerdi, K. (2022). Pasado, presente y futuro de la enseñanza universitaria del ciberperiodismo: métodos y tendencias. *Profesional de La Informacion*, 31(1), 1699–2407. <https://doi.org/10.3145/EPI.2022.ENE.01>
- Olite, F. D., Olite, F. M. D., Suárez, I. del R. M., & Ledo, M. J. V. (2023). Chat GPT: origen, Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial : 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Alienta.
- Ruiz, M. J. U., Fieiras-Ceide, C., & Túnñez-López, M. (2020). The teaching-learning of automated journalism in public institutions: Studies, feasibility proposals and future impact of artificial intelligence. *Analisi*, 62, 131–146. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3289>
- Salazar García, I. A. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 27, 295–315. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a15>

- Sanahuja, R. S., & Rabadán, P. L. (2022). Ámbitos de aplicación periodística de la Inteligencia Artificial. Mapa conceptual, funciones profesionales y tendencias en desarrollo en el contexto de la pandemia global de la Covid-19. *Razón y Palabra*, 25(112). <https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1827>
- Thurman, N., Lewis, S. C., & Kunert, J. (2019a). Algorithms, Automation, and News. *Digital Journalism*, 7(8), 980–992. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1685395>
- Túñez López, J. M., Toural Bran, C., & Nogueira, A. G. C. F. (2019). Algoritmos, los nuevos periodistas. *Estudio sobre la robotización de la redacción de noticias y la automatización del newsmaking*. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/25384>
- Ufarte-Ruiz, M. J., Murcia-Verdú, F. J., & Túñez-López, J. M. (2023). Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists. *Profesional de La Información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/EPI.2023.MAR.03>
- ZAMORA, L. N. (2023). Inteligencia Artificial en el Ciberperiodismo de América Latina. *Question/Cuestión*, 3(75), e806–e806. <https://doi.org/10.24215/16696581E806>

Los autores del trabajo autorizan a la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT) a publicar este resumen en extenso en las Actas del Congreso IDI-UNICyT 2024 en Acceso Abierto (Open Access) en formato digital (PDF) e integrarlos en diversas plataformas online bajo la licencia CC: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

La Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología y los miembros del Comité Organizador del Congreso IDI-UNICyT 2024 no son responsables del contenido ni de las implicaciones de lo expresado en este artículo.