

La IA y el periodismo: una nueva era de cambios operativos y productivos

La irrupción de la inteligencia artificial generativa en la profesión periodística está provocando una reacción en los componentes de la cadena de valor de las empresas informativas. Su uso cotidiano en el oficio periodístico aumenta anualmente y ya está provocando **cambios profundos en el sector**. Este fenómeno no solo pone de manifiesto las significativas oportunidades para **mejorar la eficiencia en la producción y distribución de noticias**, sino que también plantea una amenaza: el riesgo de que los **“refritos” generados por máquinas desplacen al periodismo de calidad**.

JUAN PABLO MATEOS ABARCA

Un nuevo paradigma en el ecosistema mediático

Cuando el *Informe Anual de la Profesión Periodística*¹, editado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), dedicó su portada de 2023 a la inteligencia artificial (IA), no fue por una cuestión baladí. Realmente, esta prestigiosa asociación, al igual que otras muchas ins-

tituciones, ya han detectado el enorme cambio y transformación que producirá, a todos los niveles, el desarrollo y la evolución de sistemas avanzados de “reflexión digital”, basados en ciencias tempranas e innovadoras como la inteligencia artificial generativa (IAG)².

En dicho *Informe* se detectaron tendencias aglutinadoras del sentir de los

¹ Asociación de la Prensa de Madrid (2023). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2023*. Asociación de la Prensa de Madrid. <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2024/11/InformeAnualProfesionPeriodistica2023.pdf>

² La inteligencia artificial generativa representa una subdisciplina de la inteligencia artificial que permite crear contenido original a partir de datos existentes.

Juan Pablo Mateos Abarca es editor, tecnólogo y periodista. Doctor en Empresa Informativa y profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Grupo de Investigación MEDIACOM UCM y del Comité Científico Nacional de PROCOM

profesionales de la comunicación, que no dejan lugar a dudas respecto a la incertidumbre y el desasosiego que produce la irrupción de la IAG en la profesión periodística y el sector de los medios³:

1. El 84% de los entrevistados consideran que las herramientas digitales de inteligencia artificial se usarán “bastante” en las redacciones
2. El 85% de los profesionales entrevistados consideran que el uso de la inteligencia artificial generativa debería restringirse
3. El 97% de los encuestados consideran que tendrá implicaciones éticas
4. El 91% de los participantes en el estudio creen que puede favorecer la desinformación
5. El 96% opina que la audiencia debe ser informada del uso de la IA en los contenidos
6. El 73% de los encuestados piensa que el medio es el responsable último del uso de la inteligencia artificial en las redacciones

Sin embargo, solo el 31% de los encuestados usa la inteligencia artificial en su trabajo como periodista. En mayor medida, en labores de elaboración de textos, recogida de información y tra-

ducción

Sirvan estos datos de base para afirmar que la inteligencia artificial está provocando una reacción clara en los componentes de la cadena de valor de las empresas informativas. El uso de la IA aumenta cada año y es de prever que forme parte relevante de las redacciones, las agencias y los medios de comunicación a corto y medio plazo.

La IA transformará profundamente el proceso productivo en medios digitales, radio, televisión y en las plataformas de *streaming*

Todo comenzó con la introducción de ChatGPT en las redacciones y la “democratización” del uso de tecnologías de alta complejidad a nivel de usuario. Esta herramienta de IAG representó, desde el 30 de noviembre 2022, un punto de inflexión en la forma en que se genera la información, así como en el ámbito del ciberperiodismo y los cibermedios. Por esta razón, diversas industrias han comenzado a implementar la inteligencia

3 Informe Anual de la Profesión Periodística 2023. Encuesta Profesional APM, 2023. Base: 1.282 entrevistados. Cifras en porcentajes.

artificial para mejorar su productividad⁴.

Como afirma el catedrático Jesús Miguel Flores, en este contexto, las organizaciones de noticias no se quedan atrás en el uso de tecnologías de fácil acceso y alto rendimiento. Por ello, las empresas están desarrollando herramientas digitales con el objetivo de fusionar las capacidades computacionales de la IA con la creatividad humana. Estas herramientas no solo simplifican las tareas y generan contenido, sino que también proporcionan oportunidades para una participación más personalizada por parte de los lectores, pretenden garantizar una verificación rigurosa de datos y permiten la creación de contenido textual, interactivo y audiovisual original y exclusivo, por medio de algoritmos y redes neuronales avanzadas.

La IA va a cambiar muchos aspectos del sector de la comunicación y los cambios serán profundos y afectarán a todo el organigrama del proceso productivo tanto en los cibermedios como en la ra-

dio, la televisión, el *streaming* OTT⁵ en directo y en diferido, en las redes sociales de los medios y en múltiples facetas de la gestión, creación, desarrollo y distribución de contenidos⁶.

La IA generativa combina elementos para desarrollar textos, audio y vídeo que parecen humanos y creados por humanos

De acuerdo con Boden (2017)⁷, la producción de contenido es una de las áreas de la inteligencia artificial que ha suscitado más controversia. Este autor subraya que la seguridad proporcionada por una herramienta está condicionada por el modo en que se utilice. En este marco, uno de los usos más discutidos del aprendizaje automático es la generación de textos que imitan la escritura huma-

4 Flores Vivar, J.M. (2018). "Algoritmos, aplicaciones y *big data*, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos". *Revista de Comunicación*, 17(2), 268–291.

5 Las aplicaciones y plataformas *over-the-top*, conocidas como plataformas OTT, son servicios que proporcionan contenido de vídeo a través de internet, en lugar de utilizar la televisión por cable o satélite, que es el método tradicional. Estos servicios permiten la transmisión instantánea de vídeos en dispositivos móviles como *smartphones* y *tablets*, así como en la web y en televisores, mediante dispositivos como Chromecast, Apple TV, Amazon Fire TV y también en Smart TV.

6 Maram, L. (9 de octubre de 2023). *Guía definitiva sobre IA en la creación de contenido*. Luis Maram. <https://www.luismaram.com/guia-definitiva-sobre-ia-en-la-creacion-de-contenido/>

7 Boden, M. A. (2017). *Inteligencia artificial*. Turner.

na, implicando derivadas que van más allá de la redacción inventada de una máquina sofisticada.

Para los medios digitales, la IA generativa será un complemento inevitable en la creación de noticias, titulares, entradillas, tablas de datos, cronologías textuales, traducción a otros idiomas, lardillos de resumen, posicionamiento SEO, creación de textos basados en vídeos, creación de imágenes que acompañan a la noticia y la creación de elementos audiovisuales.

La IA no puede sustituir a los profesionales de la comunicación, porque la noticia, en su origen, es íntegramente producida por humanos

Estos subprogramas se implementan por medio de API⁸ de integración en los gestores de contenido (CMS)⁹, a través de la programación de funcionalidades

preconfiguradas y autogestionadas por las propias editoriales y sus equipos de desarrollo, y que hacen de puente entre la IAG y el resultado final de los contenidos generados.

En la radio y la televisión, los cambios se producirán no solo a nivel narrativo, sino incorporando locutores virtuales, píldoras de vídeo y sonido basadas en IA, cambios de voz y locución y espacios y entornos de realidad extendida, expandida y virtual.

En el estudio que publicamos en la revista *Comunicación & Métodos*¹⁰, tanto el Dr. Gamonal como el que suscribe coincidimos en que es evidente la tensión que se presenta entre la industria y la profesión del periodismo debido al uso de la inteligencia artificial. Este fenómeno no solo pone de manifiesto las significativas oportunidades para mejorar la eficiencia en la producción y distribución de noticias, sino que también plantea una amenaza: el riesgo de que los “refritos” generados por máquinas desplacen al periodismo de calidad.

Asimismo, las herramientas de edición de vídeo que utilizan IA generativa

8 Una API, o interfaz de programación de aplicaciones, es un conjunto de reglas o protocolos que permite a las aplicaciones informáticas comunicarse entre sí para intercambiar datos, características y funcionalidades.

9 Un gestor de contenidos o CMS (del inglés, Content Management System) es una aplicación web o *software* que permite crear, administrar y publicar una página web en internet sin necesidad de tener conocimientos de programación.

10 Mateos Abarca, J. y Gamonal Arroyo, R. (2024). “Metodologías de investigación y usos de la inteligencia artificial aplicada al periodismo”. *Comunicación & Métodos*, 6(1), pp. 90-107. <https://doi.org/10.35951/v6i1.220>

se han convertido en elementos fundamentales para profesionales y aficionados, ya que facilitan el proceso de post-producción y permiten explorar nuevas oportunidades creativas (Mena y Mateos, 2024). No obstante, el uso de estas potentes herramientas no está libre de riesgos, como la creación de audios o vídeos de naturaleza ficticia, presentados como reales, pero en los que subyacen intereses espurios.

Presente y futuro del periodismo gracias (y debido) a la IA

Estos cambios se darán y alcanzarán su apogeo, probablemente, en un lapso de tres a cinco años. A partir del sexto año, todo es posible, desde una IA “consciente” que analice patrones para crear noticias de investigación con criterio editorial propio, hasta la creación de mundos virtuales que generen una realidad alternativa. Los avatares artificiales de locutores y comunicadores también formarán parte del ecosistema de los medios, y su realismo será comparable a la realidad tangible.

La IAG es una tipología de IA en la

que la “creatividad” de las máquinas (*software* y *hardware*) combina elementos por estadística, sintaxis y vectores, para desarrollar texto, audio y vídeo, permitiendo el desarrollo de obras nuevas, con apariencia de origen humano y sin derechos de autor claramente definidos¹¹. Estos trabajos deben ser controlados por la propiedad intelectual, pero la frontera es difusa, pues un *software* carece de identidad propia. Debido a este marco, las opciones legales son variadas y transversales. Son los Gobiernos nacionales y supranacionales los que, en última instancia, deben legislar normativas adecuadas a esta tecnología disruptiva¹². La ley de IA de la Unión Europea, aprobada en mayo de 2024, siendo la primera ley integral del mundo que regula la inteligencia artificial en los países miembros, es un paso en esta dirección.

Respecto al control y uso de la IA, uno de los marcos de actuación puede ser comprometer a la empresa desarrolladora a leyes, certificaciones y protocolos; otra opción es indicar la fuente de creación de la obra, y otra posibilidad es definir matrices de trazabilidad de los

¹¹ Sánchez-García, P., Díez-Gracia, A., Calvo-Barbero, C. y Merayo Álvarez, N. (4 de diciembre de 2023). “Periodismo automatizado: la IA ya escribe noticias, las verifica y ofrece información personalizada”. *The Conversation*. <https://theconversation.com/periodismo-automatizado-la-ia-ya-escribe-noticias-las-verifica-y-ofrece-informacion-personalizada-202803>

¹² Parlamento Europeo (12 de junio de 2023). “Ley de IA de la UE: primera normativa sobre inteligencia artificial”. Temas. <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20230601STO93804/ley-de-ia-de-la-ue-primer-normativa-sobre-inteligencia-artificial>

trabajos (algo muy complicado y tal vez inalcanzable). También es posible definir marcas de agua en los desarrollos generados con IA (esto puede chocar con la libertad de empresa). En definitiva, el futuro depara cuestiones desafiantes a nivel legal, sectorial, profesional, empresarial, institucional y gubernamental.

La supervisión humana seguirá siendo crucial, aunque podría reducirse el número de profesionales involucrados

La IA afecta y afectará a todos los sectores de producción de las empresas informativas de forma completa y multitransversal. Muchos desarrollos darán lugar a trabajos audiovisuales y escritos modificados, transformados e incluso creados íntegramente por las máquinas¹³. Hasta ahora, no obstante, la inteligencia artificial “todavía falla en construcciones más prolongadas, más complejas, en las que parece incapaz de seguir un hilo narrativo coherente”, afirma Du Sautoy

(2020)¹⁴. Sin duda, cuando se requiere un trabajo de tipo académico o de elevada complejidad estructural, la IA muestra sus debilidades.

La publicidad y los medios: dos caras de una misma realidad cambiante

La publicidad usará elementos de IA para la composición y posicionamiento de sus anuncios y promociones, los medios usarán la IA para reeditar las notas de prensa de las agencias e incluso piezas de carácter audiovisual. Textos, narraciones, películas, reportajes y piezas publicitarias serán creados íntegramente por la IA.

El reciente lanzamiento de la obra *Los campos electromagnéticos* por parte del autor y crítico español Jorge Carrión¹⁵ marca el comienzo de una colaboración en español entre humanos y máquinas para la creación literaria. Este autor sostiene que, en un futuro cercano, las redes neuronales de lenguaje natural se utilizarán con mayor frecuencia para generar textos cotidianos, tales como correos electrónicos e informes. Además, su uso se ampliará al ámbito del periodismo, en el que se emplearán para redactar sobre resultados deportivos y

¹³ Polo, J.D. (9 de abril de 2024). “Google VIDS, para crear vídeos en presentaciones con inteligencia artificial”. WWWWhat’s New.

¹⁴ Du Sautoy, M. (2019). *The Creativity Code*. In *The Creativity Code*. Harvard University Press.

¹⁵ Camilo Rincón, J. (17 de abril de 2024). “Jorge Carrión: ‘Decir que la inteligencia artificial nunca va a escribir literatura me parece muy ingenuo’”. *Contexto Media*. <https://contextomedia.com/jorge-carrion-decir-que-la-inteligencia-artificial-nunca-va-a-escribir-literatura-me-parece-muy-ingenuo/>

premios en el mundo del cine, series o música. En este contexto, el periodista asumirá funciones de corrector, editor y verificador.

Existe el riesgo de proliferación de la desinformación, lo que requiere atención tanto de empresas como de Gobiernos

No obstante, desde nuestro punto de vista, la IA no puede sustituir a los profesionales de la comunicación, porque la noticia, en su origen, es íntegramente producida por humanos. Un contenido modificado o transformado por una máquina no crea la noticia matriz. La noticia es noticia porque es única, exclusiva, nueva, actual y se desarrolla a partir de un mensaje que interpreta la realidad de un hecho sucedido por primera vez y cubierto por un profesional de la información.

La IA no crea la realidad. El periodista interpreta la realidad y la IA puede modificarla, reeditarla o crear una realidad paralela, pero el periodista desarrolla la

noticia a partir de un hecho acaecido de forma real y primigenia. En este mismo contexto, Zizek (*Bloghemia*, 2024) expresó sus preocupaciones acerca de la dependencia de la inteligencia artificial¹⁶. En sus observaciones, subrayó que el verdadero peligro no radica en que los chatbots ofrezcan respuestas sencillas o en que sean confundidos con seres humanos. Más bien, el riesgo auténtico es que la interacción con los chatbots induzca a las personas a comunicarse como si los propios humanos lo fueran.

Sin embargo, la modificación de esta noticia original si puede afectar a la manera de distribuir, transformar y posicionar el contenido, e incluso complementar esta realidad noticiable con imágenes, vídeos y audios generados por máquinas. La supervisión humana será fundamental en este proceso, pero es evidente que se reducirá el número de profesionales involucrados en estos desarrollos. Para algunos autores como Walsh (2022)¹⁷, es tan alta la calidad de los textos producidos que se torna difícil distinguirlos de los escritos por autores humanos.

Riesgos y esperanzas de una disrupción inevitable

Los riesgos de la IA, en todos los sec-

¹⁶ Zizek, S. (12 de mayo de 2023). "Sobre la inteligencia artificial, por Edgard Morin". *Bloghemia*. <https://www.bloghemia.com/2023/05/sobre-la-inteligencia-artificial-por.html>

¹⁷ Walsh, T. (2018). *Machines that think: the future of artificial intelligence*. Prometheus Books.

tores, son relevantes. Se está produciendo una cuarta revolución industrial y la historia nos recuerda que los cambios que inciden en la estructura completa de los sistemas sociales, empresariales y culturales dan lugar a incidencias y conflictos. Muchos trabajos dejarán de ser realizados por humanos, pues la IA los realizará más rápidamente, con más eficiencia y con menos errores. Se calcula que unos 20 millones de empleos se verán afectados en los próximos años en la Unión Europea. Es responsabilidad de los Estados y Gobiernos establecer pautas que favorezcan a la sociedad, compuesta por humanos, no por máquinas¹⁸.

La IA permitirá aumentar exponencialmente la productividad del profesional de la información

El fin último del progreso es beneficiar a la especie humana. Todo cambio que no promueva estos valores debe ser corregido, modificado o eliminado, pues sería un camino ilógico, irracional y contra la propia naturaleza del ser humano.

Todos estos aspectos deben ser en-

cauzados con generosidad por parte de los organismos públicos y privados. La razón de ser subyacente de los avances tecnológicos no es la mejora al límite de los procesos productivos, el incremento superlativo del beneficio o prescindir del trabajo humano. La paradoja de crear máquinas para acabar con empleados que son consumidores potenciales debe ser resulta con ingenio y sentido común. Según la información disponible en Will-robotstakemyjob.com¹⁹, un 11% es la probabilidad de que un reportero o corresponsal sea reemplazado por un robot o una aplicación de IA. Sin embargo, se prevé que, en los próximos 20 años, esta cifra podría aumentar hasta un 33%, debido a la automatización en esta profesión. Estos datos son hipótesis futuras, pero son un indicio que no debe ser ignorado.

Un futuro incierto pero apasionante

No obstante, aunque el futuro resulte incierto, es del mismo modo apasionante. Es esencial que los periodistas se adapten a las nuevas herramientas que aparecerán y que facilitarán su trabajo. Es fundamental aprovechar las ventajas que ofrecen estas innovaciones, al mismo tiempo que se debe reconocer la im-

¹⁸ DataCamp (s.f). "Understanding regulations for AI in the USA, the EU, and around the world". DataCamp. <https://www.datacamp.com/webinars/understanding-regulations-for-ai-around-the-world>

¹⁹ Will robots take my job? (s. f.). <https://willrobotstakemyjob.com/>

portancia de reducir los riesgos y amenazas potenciales que puedan surgir. El editor y los periodistas siempre encuentran nuevos modelos de negocio, nichos de mercado, categorías de contenido y formas de comunicar, pues se encuentra en la misma esencia de su naturaleza sociable y emprendedora.

La IA permitirá aumentar exponencialmente la productividad del periodista y del profesional de la información. Ese tiempo “sobrante” puede ser dedicado a tareas humanas que requieren talento, investigación, creatividad, procesos complejos y desarrollos puramente racionales en los que el periodista necesita mucho tiempo: reportajes de investigación, informes de alta densidad, entrevistas delicadas, cobertura de actos, eventos o hechos que son arriesgados o necesitan una línea editorial afinada y el desarrollo de noticias de alto voltaje informativo y de difícil ejecución. Esta tipología de noticias requiere de la presencia física o la comunicación síncrona²⁰ por plataformas de transmisión. Ejemplos de ello son la cobertura de conflictos bélicos, reportajes sobre corrupción o terrorismo, críticas de ocio y arte, divulgación científica, noticias de última hora con sesgo editorial y todo lo que un periodista aporta a la sociedad para generar opinión pública con criterio

propio, que es el sostén de las democracias modernas.

El desarrollo de la inteligencia artificial será la mayor revolución digital desde la llegada de internet y una de las mayores transformaciones de la humanidad, y el periodismo será actor y testigo principal de sus avances. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de la Prensa de Madrid (2023). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2023*. Asociación de la Prensa de Madrid. <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2024/11/InformeAnualProfesion-Periodistica2023.pdf>
- Boden, M. A. (2017). *Inteligencia artificial*. Turner.
- Camilo Rincón, J. (17 de abril de 2024). “Jorge Carrión: ‘Decir que la inteligencia artificial nunca va a escribir literatura me parece muy ingenuo’”. <https://contextomedia.com/jorge-carrión-decir-que-la-inteligencia-artificial-nunca-va-a-escribir-literatura-me-parece-muy-ingenuo/>
- Cantante, F. (22 de febrero de 2023). “They’re not TV anchors, they’re avatars: How Venezuela is using AI-generated propaganda”. *El País English*. <https://english.elpais.com/international/2023-02-22/theyre-not-tv-anchors-theyre-avatars-how-venezuela-is-using-ai-generated-propaganda.html>
- Cescut, L. (2023) [reseña del libro *Los campos electromagnéticos. Teorías y prácticas de la escritura artificial*, de Carrión J.]. “Los campos electromagnéticos. Teorías y prácticas de la escritura artificial, de Jorge Carrión”. *De Signos y Sentidos*, 24, pp. 978-987.
- Du Sautoy, M. (2019). *The Creativity Code*. In *The Creativity Code*. Harvard University Press.
- Flores Vivar, J. M. (2018). “Algoritmos, aplicaciones

²⁰ La comunicación síncrona o sincrónica es aquella en la que el intercambio de información a través de internet, ya sea por ordenadores, teléfono u otro implemento electrónico, se produce en tiempo real.

y *big data*, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos". *Revista de Comunicación*, 17(2), 268-291. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/964>

- Glaser, M. (2022). *AI and the future of journalism*. Columbia University Press.
- Jaiswal, S. (4 de octubre de 2024). "Regulación de la IA: Comprender las políticas mundiales y su impacto en las empresas". DataCamp. <https://www.datacamp.com/es/blog/ai-regulation>
- Maram, L. (9 de octubre de 2023). *Guía definitiva sobre IA en la creación de contenido*. Luis Maram. <https://www.luismaram.com/guia-definitiva-sobre-ia-en-la-creacion-de-contenido/>
- Mateos Abarca, J. y Gamonal Arroyo, R. (2024). "Metodologías de investigación y usos de la inteligencia artificial aplicada al periodismo". *Comunicación & Métodos*, 6(1), 90-107. <https://doi.org/10.35951/v6i1.220>
- Muñoz, S.M., y Mateos Abarca, J. P. (2024). "Herramientas de inteligencia artificial generativas aplicadas a la edición audiovisual. Tipologías y disyuntivas". *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(Especial).
- Parlamento Europeo (5 de abril de 2022).

"Inteligencia artificial: oportunidades y desafíos". Temas. <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200918STO87404/inteligencia-artificial-oportunidades-y-desafios>

- Parlamento Europeo (12 de junio de 2023). "Ley de IA de la UE: primera normativa sobre inteligencia artificial". Temas. <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20230601STO93804/ley-de-ia-de-la-ue-primer-normativa-sobre-inteligencia-artificial>
- Polo, J. D. (9 de abril de 2024). "Google VIDS, para crear vídeos en presentaciones con inteligencia artificial". *WWWwhat's New*.
- Sánchez-García, P., Díez-Gracia, A., Calvo-Barbero, C. y Merayo Álvarez, N. (4 de diciembre de 2023). "Periodismo automatizado: la IA ya escribe noticias, las verifica y ofrece información personalizada". *The Conversation*. <https://theconversation.com/periodismo-automatizado-la-ia-ya-escribe-noticias-las-verifica-y-ofrece-informacion-personalizada-202803>
- Walsh, T. (2018). *Machines that think: the future of artificial intelligence*. Prometheus Books.
- Will robots take my job? (s. f.). <https://willrobots-takemyjob.com/>
- Zizek, S. (12 de mayo de 2023). "Sobre la inteligencia artificial". *Bloghemia*. <https://www.bloghemia.com/2023/05/sobre-la-inteligencia-artificial-por.html>