

Metodologías de investigación y usos de la inteligencia artificial aplicada al periodismo

Research Methodologies and Uses of Artificial Intelligence Applied to Journalism

Juan Pablo Mateos Abarca. Universidad Complutense de Madrid (España)

Profesor e investigador universitario especializado en Tecnologías de la Información. Es doctor en Empresa Informativa, subrama “Emprendimiento e Innovación” y Máster en Periodismo Digital. Licenciado en Ciencias de la Información de la UCM y actualmente profesor de Multimedia en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8449-0072>

Roberto Gamonal Arroyo. Universidad Complutense de Madrid (España)

Profesor e investigador universitario especializado en Tipografía y Diseño de la Información. Es doctor en Creatividad Aplicada y máster en Diseño por la facultad de Bellas Artes de la UCM. Licenciado en Ciencias de la Información de la UCM y actualmente Director del Departamento de Periodismo y Nuevos Medios.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4193-9845>

Artículo recibido: 13/05/2024 – Aceptado: 15/06/2024

Resumen:

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando diversos campos, incluido el periodismo. Cada vez más empresas informativas están utilizando la IA para mejorar sus procesos de producción y distribución de contenido. Esto ha llevado a un cambio en la forma en que se generan y consumen las noticias. Como tecnología innovadora, la IA tiene múltiples usos como herramienta de trabajo en los medios de comunicación. Las metodologías de análisis de estas nuevas tecnologías son un punto de partida que permite abordar una investigación adecuada del objeto de estudio que se pretende analizar; por ello, una revisión de estas metodologías se observa necesaria. En este trabajo exploraremos qué metodologías son válidas para analizar esta realidad y cómo la inteligencia artificial se aplica al periodismo, transformando la forma en que se producen y distribuyen los contenidos. Así mismo, las capacidades de dicha tecnología permiten un abanico de funcionalidades que ayudan al periodista a realizar su labor. El

estudio de estas capacidades y sus limitaciones es considerado oportuno para entender las metodologías susceptibles de uso sobre esta innovadora área de conocimiento.

Palabras clave:

inteligencia artificial; periodismo digital; ciberperiodismo; cibermedios; IA

Abstract:

Artificial intelligence (AI) is revolutionising various fields, including journalism. More and more news companies are using AI to improve their content production and distribution processes. This has led to a change in the way news is generated and consumed. As an innovative technology, AI has multiple uses as a tool for media work. The methodologies of analysis of these new technologies are a starting point that allows for an adequate investigation of the object of study to be analysed; therefore, a review of these methodologies is necessary. In this paper we will explore which methodologies are valid for analysing this reality and how artificial intelligence is applied to journalism, transforming the way in which content is produced and distributed. Likewise, the capabilities of this technology allow a range of functionalities that help journalists to carry out their work. The study of these capabilities and their limitations is considered timely in order to understand the methodologies that can be used in this innovative area of knowledge.

Keywords:

artificial intelligence; digital journalism; cyberjournalism; cybermedia; AI

1. Introducción

En este trabajo se analizan diversas metodologías de estudio aplicables al ámbito de la inteligencia artificial utilizada en el periodismo. Además, se discuten los beneficios y desafíos que surgen con la implementación de la IA en el campo de las tecnologías de la información, tomando como base las diversas funcionalidades que permite la IA en el sector periodístico. Se realiza un análisis de tipo descriptivo, exploratorio y analítico, dividiendo el trabajo en dos apartados: por un lado, se exponen y describen las diversas metodologías científicas aplicables al estudio de la inteligencia artificial en las ciencias de la comunicación, con estudios y razonamientos académicos de investigadores. El objetivo es proporcionar una visión clara y objetiva, desde un punto de vista epistemológico, sobre el impacto de la inteligencia artificial en esta industria en constante evolución. Por otro lado, se explora el impacto de la inteligencia artificial en el trabajo periodístico a través de planteamientos de investigadores del sector y las aplicaciones y capacidades de esta tecnología.

Es evidente que el uso de la inteligencia artificial y su aplicación al periodismo revela una tensión entre la industria y la profesión del periodismo, al resaltar las grandes oportunidades de mejora en la eficiencia de producción y distribución de las noticias, pero también la amenaza de su uso para desbancar al periodismo de calidad con “refritos” generados por máquinas. El estudio de Morant y Shaikh, realizado en 2022, que realiza un análisis temático sobre la cobertura mediática de la IA en relación con su uso y aplicación en el periodismo, revela discrepancias entre la industria y la profesión del periodismo al resaltar las esperanzas, entendidas como eficiencia, rapidez y

capacidad, y los peligros de la IA, entre ellos la disminución de la calidad de los contenidos y la aparición de noticias falsas de mejor factura y mayor riesgo de viralidad. Así mismo, las opciones metodológicas de análisis a la hora de abordar una investigación sobre la IA y el periodismo son mostradas y descritas como punto de partida para una reflexión académica sobre esta materia.

En síntesis, los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- O.1 Analizar las diversas metodologías para el estudio de la inteligencia artificial aplicada al periodismo.
- O.2 Definir que metodologías de análisis de la información pueden resultar adecuadas para el estudio de la inteligencia artificial aplicada al uso y desarrollo de la información y los mensajes generados por el periodismo.
- O.3 Observar las posibilidades que ofrece esta tecnología a los profesionales de la comunicación y sus ventajas y potenciales inconvenientes.

2. Marco teórico descriptivo y referencial

Se hace necesario resaltar que los avances tecnológicos han permitido la automatización de tareas relacionadas con la producción de noticias, lo que plantea importantes desafíos éticos y profesionales. En la misma línea, es muy interesante ver cómo periodistas que salieron de la universidad hace años -muchos de los cuales ocupan ahora puestos de responsabilidad- se están adaptando a entornos laborales en los que el peso de la tecnología es infinitamente mayor que a principios de este siglo. Este proceso de adaptación con la consiguiente tensión entre periodistas y tecnólogos, ya se ha vivido durante los procesos de digitalización de las redacciones y la aparición de las redes sociales. Es previsible, por tanto, que algo similar ocurra ahora con el auge de la inteligencia artificial (Parrat-Fernández et al., 2021). Desde este punto de partida todo enfoque relacionado con el uso de la IA en el periodismo pivota alrededor de tres ejes: la automatización, la ética y el tándem periodista-máquina en el desarrollo de la profesión periodística.

Al hablar verificación de noticias, la calidad y veracidad de la información siempre deben ser garantizadas por profesionales cuando se usa la inteligencia artificial, una herramienta que permite analizar grandes volúmenes de datos y generar noticias de manera automática (Moreno-Gil, et al., 2023).

Este planteamiento es refrendando en otras investigaciones, que consideran que la IA aplicada al periodismo puede ser una solución eficiente para agilizar la producción de noticias, especialmente en casos de eventos en tiempo real o cobertura de datos complejos. No obstante, es fundamental mantener la ética y la responsabilidad periodística en su implementación (Salaverría y Sádaba, 2023)

En relación a ambas afirmaciones, se observa que el uso actual de las informaciones generadas por IA es más una tendencia destinada a reducir el trabajo de la plantilla de los profesionales de la información que un planteamiento de auténtica utilidad práctica. Sin duda, al reducirnos al uso de automatismo replanteamos un escenario editorial

artificial, no solo artificial, en el que la información se convierte en moneda de cambio del capital humano, no una auténtica herramienta de utilidad para los periodistas.

La ética del uso de herramientas de inteligencia artificial en el periodismo, a nuestro parecer, no solo radica en un uso tecnológico de los datos, abstraídos en una realidad técnica que son mostrados como mero puente informativo con el lector. La realidad editorial requiere de una evolución periodística que compagine el uso documental y redaccional de la inteligencia artificial con un planteamiento basado en el seguimiento y la supervisión humana constante, que permita generar nuevas formas de comunicar con mayor eficacia sin menoscabo de la calidad del contenido. El periodista tiene como principal labor informar e interpretar la realidad de los hechos, todo aquello que le aleje de dicha tesitura es un periodismo “enlatado” que puede resultar eficiente, pero no eficaz.

Estas afirmaciones son refrendadas por otras investigaciones, que sugieren potenciar el periodismo artificial como una solución adecuada para que el periodista puede llevar a cabo su trabajo con mayor agilidad. Así mismo, se considera necesario apuntar que, si bien el periodismo basado en la IA no puede sustituir a los periodistas, sí puede ser de gran ayuda para que estos realicen sus tareas de forma más productiva y se centren en tareas más creativas y analíticas (Sánchez Holgado, et al., 2022).

Se considera que la velocidad de elaboración de noticias se incrementa de forma exponencial con el uso de sistemas de Inteligencia Artificial. La creación de titulares, entradillas e incluso la reedición de textos con algunas herramientas editoriales, por ejemplo, Editmaker, de Cibeles Group L.L.C (Editmaker, 2024), compañía española de software digital editorial, demuestra que estas herramientas entrenadas aumentan la velocidad con el uso de aplicaciones de inteligencia artificial generativa. Así mismo, todo ese tiempo “ahorrado” en tareas de reedición de notas de prensa, creación de titulares, tablas, cronología de redacción y edición de entradillas o sumarios, puede ser empleado para el periodismo de investigación, la búsqueda de nuevos modelos de negocio, la creación de nuevas categorías de contenido o la interacción humana con el lector, dando lugar nuevos canales, plataformas y sistemas de conexión con el usuario. Por otra parte, se observa que se producen nuevos desafíos éticos y legales con el uso de la IA en el periodismo. Estos incluyen el control y seguimiento de las fuentes de las noticias generadas de forma automática y el derecho a la privacidad (De Lara et al., 2022).

La pretensión de obtener el origen de los contenidos desarrollados por una inteligencia artificial, por medio de herramientas de creación y desarrollo generativo de contenidos es, en cierta medida, un objetivo baldío. Los datos obtenidos por esta tecnología forman parte de una combinación lingüística de textos incluidos en millones de páginas web diferentes, todas ellas en abierto al gran público. La privacidad, de este modo, se convierte en una difusa trama de frases generadas con una dialéctica en apariencia humana, pero de difícil trazabilidad en su origen. Esta realidad es la que produce un escenario ético y legal ambiguo, por cuanto todo contenido generado por la inteligencia artificial, partiendo de múltiples fuentes, no permite una adscripción concreta de sus contenidos. Serán las Ciencias Jurídicas las que diriman a futuro, y en última instancia,

la realidad jurídica de dichos textos (dicha afirmación también resulta válida para imágenes, audios y videos).

La IA ofrece muchas posibilidades en el desarrollo de noticias, pero para implementar y aprovechar correctamente el periodismo basado en la IA, se requiere de una formación específica. Los periodistas deben adquirir habilidades técnicas y conocimientos sobre inteligencia artificial para utilizar esta herramienta de manera efectiva. Este planteamiento surge con el objetivo de dirimir razones y motivos de interés e inquietud respecto al nuevo actor tecnológico que se vislumbra en las redacciones de los medios de comunicación: la inteligencia artificial (Lopezosa et al., 2017).

La industria ha experimentado un desarrollo gracias a las nuevas tecnologías, pasando de la versión 1.0 a la actual, conocida como industria 4.0. Esta última se caracteriza por la penetración de la inteligencia artificial y sus diversas tecnologías, que prometen sorprender y transformar el mercado y el mundo en general. En este sentido, muchas tecnologías están estrechamente relacionadas con la automatización inteligente, que proyecta una transformación a gran escala (Valdiviezo-Abad y Bonini, 2019). En esta transformación debe, desde nuestro punto de vista, separar la creación propia (exclusivas), de la creación de la máquina.

En los últimos años, ha habido un aumento significativo en la investigación sobre el uso de la Inteligencia Artificial en el campo del periodismo. Estos estudios se centran en una amplia gama de temas: la producción de noticias, el periodismo basado en datos, el análisis de big data, la implementación en redes sociales y la verificación de información (Calvo y Ufarte, 2020). Así mismo, ha habido un creciente interés en el impacto de la inteligencia artificial en las industrias de la comunicación. La literatura y las investigaciones se han centrado principalmente en los sectores relacionados con la producción o distribución de diversas formas de contenido (Martínez et al., 2022).

Partimos de la idea de que ignorar los cambios que se producen es un error. Sentirse aislado de la tecnología no evitará el terremoto tecnológico que se avecina y mirar hacia otro lado no hará que este se detenga. Esta idea es aplicable tanto a los medios de comunicación como a otros productos editoriales (Bhaskar y Rocca, 2021).

En la actualidad, no solo se crean textos basados en datos, sino que también se desarrollan programas informáticos con la capacidad de interpretar dichos datos. Esto permite que la máquina pueda relacionar, proponer y crear un relato. La tendencia actual es que los algoritmos generen textos cortos descriptivos que puedan ser publicados, así como propuestas más elaboradas que sirvan como base para el toque final y personal del periodista. Es más, se está trabajando en la posibilidad de generar piezas audiovisuales a partir del reconocimiento de imágenes y sentimientos (Túñez y Tejedor, 2019).

La sociedad está siendo cada vez más invadida por la IA. Si bien antes solo se utilizaba en ciertos ámbitos, actualmente su uso se ha generalizado y nos acompaña a diario, incluso en nuestros dispositivos personales como los teléfonos móviles. Sin embargo, se detecta una falta de literatura que aborde los impactos de la IA en la sociedad, ya que la mayoría de los estudios se centran más en aspectos informáticos. Por lo tanto, es

importante realizar investigaciones como esta para analizar cómo el periodismo está empleando la inteligencia artificial.

Además, la aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo español es una herramienta prometedora para mejorar la eficiencia y precisión en la generación de noticias. La inteligencia artificial se ha convertido en una plataforma eficaz para mejorar los procesos periodísticos en España, permitiendo optimizar la generación, recolección y análisis de datos, lo que a su vez ha mejorado la calidad y relevancia de las noticias (Canavilhas, 2022).

Dado que se han impulsado el desarrollo de sistemas capaces de analizar grandes cantidades de datos y generar informes precisos y relevantes para los periodistas, facilitando así su trabajo en la búsqueda de fuentes y la verificación de información, la inteligencia artificial es considerada una aliada en la lucha contra la desinformación, desde tres vertientes: 1) El periodismo profesional puede experimentar una mejora significativa en su estado, 2) La privacidad es un aspecto fundamental que debe ser gestionado adecuadamente y 3) Contribuir al desarrollo tecnológico con un planteamiento ético es fundamental para asegurar que las decisiones informativas sean conscientes y libres de sesgos (Manfredi Sánchez et al., 2020).

La aplicación de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo está en desarrollo y tiene un impacto significativo en el modelo de producción y difusión periodística. Esto plantea varios desafíos éticos. En este sentido, es fundamental que los medios utilicen la IA de manera responsable y, para ello, la transparencia juega un papel clave. Una forma de promover la transparencia es a través del compromiso de las plataformas de verificación al describir su metodología profesional. Esto permite conocer cómo utilizan los datos, algoritmos y automatizaciones, generando confianza en su uso (Sanahuja-Sanahuja y López-Rabadán, 2022).

No obstante, las crónicas producidas por la inteligencia artificial no suponen un aporte de calidad al género periodístico, careciendo de carácter analítico o interpretativo; en ambos casos son cualidades presentes tradicionalmente en el periodismo. Por ello, se hace necesario observar que el profesional humano es una parte inherente al desarrollo del mensaje informativo (Murcia Verdú et al., 2022).

Por otra parte, es importante reconocer que el avance de la IA y su implementación en el campo periodístico está transformando la forma en que se producen, distribuyen y consumen las noticias. Por lo tanto, es fundamental que los profesionales de la comunicación se adapten a estos cambios para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que surgen con estas tecnologías (Gómez-Diago, 2022).

Es necesario realizar un análisis sobre el funcionamiento de estos sistemas y el valor de la información para que puedan aprender con la ayuda de los humanos. Algunos autores consideran que no hay un peligro real de extinción de la profesión, sino más bien un proceso de cambios y ajustes en el que las máquinas se convierten en actores proactivos. Los periodistas deben enfatizar su contribución personal y la parte cognitiva en la elaboración de noticias (Ufarte y Manfredi, 2019).

Finalmente, otros autores consideran necesario adaptar el periodismo automatizado al Código Deontológico de la FAPE, como un cambio fundamental para revisar aspectos como autoría, elaboración, transparencia y jerarquización de las informaciones redactadas mediante inteligencia artificial (Ufarte et al., 2021).

3. Metodologías aplicables a la investigación de la Inteligencia Artificial en el periodismo

La inteligencia artificial en el periodismo es de uso común desde la llegada de los sistemas IA “democratizados” (Entendidos así a partir del uso de sistemas IA en abierto por gran parte de la sociedad, véase Chat GPT). Dado que este tipo de software (Open AI y BARD), de uso sencillo gracias al lenguaje natural, ya se encuentra integrado en los grupos editoriales. Por ello, se hace necesario observar los aspectos esenciales de los de sistemas avanzados de “pensamiento digital” en los departamentos editoriales.

Una metodología de tipo analítico, exploratorio y descriptivo da lugar a la convergencia de conceptos clave para entender el uso de la IA en las redacciones y tiene como objetivo la comprensión de este fenómeno, es por ello la metodología concreta utilizada en este artículo.

No obstante, en cuanto a posibles metodologías de investigación que conducen a una base de desarrollo acorde al objeto de estudio analizado -la inteligencia artificial aplicada al periodismo-, se podrían utilizar diversos métodos de análisis que dan como resultado los elementos de valor en relación frente a las diferentes perspectivas posibles. Por ello la mención de opciones metodológicas se hace exigible en un campo de estudio innovador, que puede dar lugar a múltiples derivadas de observación.

Entre dichas metodologías aplicables se pueden describir las siguientes:

3.1. Metodología analítica, exploratoria y descriptiva

La metodología de tipo Exploratorio se centra en comprender y describir cómo se utiliza la IA en el periodismo. Examina casos de estudio, identifica patrones y evalúa el impacto de la IA en la producción de noticias. La metodología de este tipo tiene como objetivo proporcionar una visión general aproximativa de un tema poco explorado o reconocido. Esta metodología se utiliza cuando hay conocimiento limitado sobre el tema. Entre sus diversas perspectivas, puede ser cuantitativa, cualitativa o histórica.

La investigación exploratoria tiene como objetivo recopilar información, identificar antecedentes generales y ubicar aspectos relevantes sin ofrecer explicaciones sobre el objeto de estudio. Se enfoca en identificar tendencias y posibles relaciones entre variables que serán analizadas en investigaciones futuras. En resumen, la investigación exploratoria se lleva a cabo cuando se trata de un tema u objeto poco conocido o del cual no se dispone de suficiente información, proporcionando una visión superficial del mismo. De manera similar, las investigaciones exploratorias buscan obtener una visión general y aproximada del tema en cuestión (Pearson, 2014).

Sin duda, no hay una historia reciente de los sistemas de inteligencia artificial aplicados a las Ciencias Sociales, por lo que partir de artículos científicos actuales o libros de gran actualidad, son un referente de este método de investigación. Esta metodología ayuda a establecer prioridades y determinar tendencias, como en el artículo que nos ocupa. En esta metodología se relacionan situaciones donde se necesita acumular ideas sobre distintos aspectos poco estudiados. El investigador debe sumergirse en los datos, las ideas y los contenidos y puede utilizar muestras pequeñas no representativas. En definitiva, se busca representar el estado actual de un hecho o fenómeno.

La Metodología Descriptiva, por su parte, aplicada al tema que nos ocupa, pretende describir características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. Así mismo, se utiliza para frecuencias, promedios y otros cálculos estadísticos. Permite, gracias a ello, obtener notas que caracterizan la realidad estudiada. No es un estudio profundo, sino una representación del estado actual.

Finalmente, la metodología analítica tiene como objetivo interpretar y comprender en profundidad fenómenos específicos. Entre sus principales premisas se encuentran una exploración y análisis minucioso combinado con enfoques cuantitativos y cualitativos. No obstante, esta metodología requiere abstracción y generalización a partir de observaciones.

3.2. Metodología basada en la democratización de la IA

La democratización de la inteligencia artificial (IA) se refiere a la apertura y acceso más amplio a las capacidades de la IA, permitiendo que más personas se beneficien de ellas. En cuanto a cómo aplicar algunas perspectivas sobre esta democratización en el contexto de la investigación periodística, podemos contemplar el acceso a los datos. Esta coyuntura que implica que, gracias a la democratización los datos están disponibles para todos, no solo a unos pocos, facilita el análisis y la mejora en la capacidad de la inteligencia artificial para procesar la información.

En este punto es interesante mencionar la iniciativa Open Data, propone una legislación global para liberar el conocimiento de los datos, lo que beneficia el avance de la inteligencia artificial. Además, Inteligencia Artificial Generativa, como parte de la democratización, no requiere habilidades técnicas avanzadas. Es accesible para más personas y puede aplicarse en investigación cualitativa y cuantitativa.

En cuanto a la transparencia y razonamiento, la inteligencia artificial debe ser razonada, transparente y justa. Si una solución no puede explicar sus criterios en una información, no debe utilizarse.

Por último, la protección de datos personales sigue siendo un desafío, pero normativas como el RGPD en Europa buscan equilibrar la privacidad con el acceso a datos. Como objetivo final, la democratización de la IA busca ampliar su uso y beneficios, pero también requiere consideraciones éticas y legales que pueden ser abordadas en estudios posteriores (Suazo, 2023).

3.3. Metodología de enfoque crítico frente al enfoque aplicado

Los proyectos de investigación desde una perspectiva crítica consideran las consecuencias sociales de la IA en el periodismo. Los enfoques aplicados se centran en formar a los estudiantes en el uso de la IA en tareas periodísticas, como tratamiento de datos, automatización de contenido y verificación de información.

El Enfoque Crítico tiene como objetivo analizar la inteligencia artificial desde una perspectiva social, ética y política. Entre sus características examina las implicaciones sociales y culturales de la inteligencia artificial, cuestionando los sesgos, la discriminación y la concentración de poder. Por otra parte, considera como la inteligencia artificial afecta a la diversidad, la privacidad y la justicia. En definitiva, busca como comprender las relaciones de poder en la producción y uso de la inteligencia artificial. El enfoque crítico de las consecuencias de uso de la inteligencia artificial en el periodismo, y su transmisión al estudiante o profesional, se contrapone con el uso aplicado de dicha tecnología.

El enfoque Aplicado, sin embargo, define el análisis del uso de la inteligencia artificial en tareas específicas del periodismo y su implementación práctica para resolver problemas concretos, como la automatización de noticias o el análisis de datos, teniendo en cuenta aspectos prácticos, técnicos y operativos. Sin abordar cuestiones éticas o de profundidad deontológica (Ortiz, 2015).

En síntesis, el enfoque crítico se preocupa por las implicaciones más amplias de la inteligencia artificial, mientras que el enfoque aplicado se enfoca en su uso práctico en el periodismo. Ambos son importantes para una comprensión completa y la inteligencia artificial en este campo.

4. Herramientas y funcionalidades en el uso de la inteligencia artificial aplicada a la comunicación.

Una vez obtenidos los puntos de vista más interesantes sobre el uso de Inteligencia Artificial en el periodismo en España, y las metodologías de estudio viables para analizar la tecnologías de software “inteligente”, podemos inferir las cuestiones de mayor interés en el uso profesional, así como los desafíos más importantes a los que se enfrentan los periodistas con el uso de la inteligencia artificial en su labor de informar en la actualidad. Estos aspectos pueden ser sintetizados en cinco puntos:

- La generación automatizada de noticias.
- La verificación técnica de los hechos.
- La capacidad de personalización de contenidos.
- La falta de contexto humano, que puede llevar a un periodismo de menor calidad.

4.1. Generación automática de noticias

Una de las aplicaciones más destacadas de la IA en el periodismo es la generación automática de noticias. Los avances en el procesamiento del lenguaje natural han

permitido a las máquinas escribir artículos basados en datos y patrones predefinidos. Esto ha llevado a un aumento significativo en la producción de noticias, especialmente en áreas como informes financieros o deportivos.

La generación automática de noticias ofrece ventajas notables, como una mayor velocidad y eficiencia en la producción de contenido. Las máquinas pueden analizar grandes volúmenes de datos en cuestión de segundos y generar informes precisos y coherentes. Además, esta tecnología puede liberar a los periodistas para centrarse en tareas más creativas y analíticas.

En este punto, es interesante observar el estudio realizado por Mario Haim y Andreas Graefe en 2017, en el que tras analizar una muestra de lectura ante los lectores de dos noticias, una generada por una máquina y otra por un humano, las noticias escritas por humanos están mejor escritas, pero a la hora de buscar credibilidad, los lectores prefieren las noticias automatizadas.

4.2. Verificación de hechos

La verificación de hechos es una parte esencial del periodismo responsable. La IA ha demostrado ser una herramienta valiosa en este campo, ya que puede analizar grandes volúmenes de información y detectar inconsistencias o información falsa.

Los algoritmos de aprendizaje automático pueden rastrear y comparar datos en tiempo real, identificando patrones y señales que podrían indicar la veracidad o falsedad de una afirmación. Esto ayuda a los periodistas a verificar rápidamente los hechos y proporcionar información precisa a los lectores. La IA también puede ayudar en la detección de *deepfakes*, contenido manipulado digitalmente con el objetivo de engañar al público. Los sistemas de IA pueden analizar imágenes o videos en busca de anomalías y señales que indiquen manipulación, lo que permite a los periodistas advertir sobre posibles engaños.

A pesar de las ventajas evidentes, la verificación automatizada también presenta desafíos. La capacidad limitada para comprender el contexto humano y las sutilezas del lenguaje pueden llevar a errores en la detección de información falsa. Por lo tanto, es crucial que los periodistas utilicen la IA como una herramienta complementaria y no dependan exclusivamente de ella para verificar los hechos.

Es interesante resaltar el artículo del catedrático Jesús Flores Vivar (2019) en el que afirma que los estados, las universidades y las empresas de medios invierten grandes recursos en el desarrollo de algoritmos detectores de noticias manipuladas. No obstante, esta tecnología, todavía embrionaria, necesita de detectives humanos (*fact checkers*) para encontrar la información falsa que circula por la Red. En esta línea se ha desarrollado la inteligencia artificial de Google, cuya misión es contraatacar a las noticias falsas.

4.3. Personalización de contenido

La personalización de contenido es otra área donde la IA está impactando el periodismo. Los algoritmos inteligentes pueden analizar los intereses y comportamientos del usuario para ofrecer noticias adaptadas a sus preferencias individuales. Esto permite a los medios ofrecer una experiencia más relevante y atractiva para los lectores, aumentando la retención y el compromiso. Además, la personalización de contenido puede ayudar a los periodistas a llegar a audiencias más diversas y segmentadas.

Sin embargo, la personalización también plantea preocupaciones en términos de burbujas de filtro y sesgos algorítmicos. Si los usuarios solo reciben noticias que confirman sus creencias existentes, esto puede limitar su exposición a diferentes perspectivas e ideas. Por lo tanto, es importante que las organizaciones periodísticas sean transparentes sobre cómo se personaliza el contenido y ofrezcan opciones para acceder a una variedad de fuentes informativas. Sin embargo, también existen desafíos asociados con esta práctica. La falta de contexto humano puede afectar la calidad del contenido generado por IA. Además, existe el riesgo potencial de sesgos algorítmicos si no se supervisan adecuadamente.

Por otra parte, los efectos derivados de una práctica automatizada sin supervisión de edición o publicación, basada en algoritmos de enfoques sensacionalistas, puede llevar a la búsqueda de la viralidad sobre la calidad, con la consecuencia implícita de semejantes actitudes periodísticas, que anteponen un titular engañoso, en busca de impactos y páginas vistas, a la información veraz (Túñez-López et al., 2019)

4.4. Falta de contexto humano como obstáculo a un periodismo de calidad

La falta de contexto humano en el periodismo aplicado a la inteligencia artificial es un tema relevante y preocupante. A medida que la IA se utiliza cada vez más en el campo del periodismo, existe el riesgo de que se pierda la perspectiva humana y se produzcan informes inexactos o sesgados. La inteligencia artificial carece de la capacidad de comprender plenamente el contexto social, cultural y emocional que rodea a una historia.

El periodismo tradicionalmente ha sido un campo basado en la investigación, la verificación de hechos y la narración de historias humanas. Los periodistas tienen la habilidad única de interactuar con las personas involucradas en una historia, comprender sus experiencias y transmitir esa información al público. Cuando se aplica la inteligencia artificial al periodismo, existe el riesgo de que se pierda esta interacción humana crucial. Los algoritmos pueden analizar datos y generar informes automáticamente, pero no pueden capturar las sutilezas y los matices que solo pueden obtenerse a través de una conversación o una entrevista personal.

La falta de contexto humano en el periodismo aplicado a la inteligencia artificial puede ser problemática. Es importante encontrar un equilibrio entre el uso de la IA para mejorar la eficiencia y precisión del periodismo, sin perder de vista la importancia de la perspectiva humana en la narración de historias. Para evitar la falta de contexto humano, es fundamental que los periodistas y los desarrolladores de IA trabajen juntos. Los

periodistas deben comprender cómo utilizar la IA de manera ética y crítica, mientras que los desarrolladores deben tener en cuenta las necesidades y limitaciones del periodismo.

En este aspecto, es interesante comprender las ideas de aumento y rendimiento, que se refieren a la capacidad de la IA para aumentar la cadencia informativa y de mejorar la calidad de las informaciones, en lugar de sustituir a los seres humanos por máquinas y la idea de control, que se ocupa de la gobernanza y la gestión de los sistemas de IA para garantizar que funcionen de forma ética y segura (Schmager et al., 2023).

5. Ventajas y desventajas del uso de la inteligencia artificial aplicada al periodismo

Tras una revisión hemerográfica de investigadores y estudios relacionados con la Inteligencia Artificial aplicada al periodismo, podemos considerar las siguientes ventajas y retos que implica el uso de herramientas tan avanzadas que permiten la creación de contenido generativo.

5.1. Ventajas de la IA aplicada al periodismo y los medios de comunicación

- Eficiencia en la recopilación y análisis de datos: La inteligencia artificial puede procesar grandes cantidades de información en poco tiempo, lo que permite a los periodistas acceder a una amplia gama de fuentes y analizar datos complejos de manera más rápida y precisa.
- Personalización de contenidos: La inteligencia artificial puede ayudar a los periodistas a adaptar el contenido a las preferencias individuales de los lectores, lo que mejora la experiencia del usuario y aumenta la relevancia de la información proporcionada.
- Automatización de tareas rutinarias: La inteligencia artificial puede realizar tareas repetitivas y monótonas, como la transcripción de entrevistas o la generación automática de informes básicos, liberando así tiempo para que los periodistas se centren en actividades más creativas y analíticas.
- Mejora en la detección de noticias falsas: La inteligencia artificial puede ayudar a identificar patrones y características comunes en las noticias falsas, lo que facilita su detección y prevención. Esto es especialmente importante en un contexto donde la desinformación es cada vez más frecuente.
- Mayor interacción con los usuarios: La inteligencia artificial puede facilitar la interacción entre periodistas y lectores a través de chatbots o asistentes virtuales, brindando respuestas rápidas a preguntas frecuentes o recomendando contenido relevante basado en intereses individuales. Esto fomenta una mayor participación del público y fortalece la relación entre medios y audiencia.

5.2. Desventajas y retos de la IA aplicada al periodismo y los medios de comunicación

- Falta de contexto y análisis profundo: Aunque la inteligencia artificial puede recopilar y analizar grandes cantidades de datos, a menudo carece de la capacidad de contextualizar la información y realizar un análisis en profundidad. Esto puede llevar a una falta de perspectiva y comprensión completa de los eventos y temas que se están cubriendo.

- Sesgo algorítmico: Los algoritmos utilizados en la inteligencia artificial pueden estar sesgados debido a los datos con los que han sido entrenados. Esto puede resultar en una cobertura periodística sesgada o parcial, ya que los algoritmos pueden perpetuar estereotipos o prejuicios existentes.
- Pérdida de empleos periodísticos: El uso creciente de la inteligencia artificial en el periodismo puede llevar a la automatización de tareas que antes eran realizadas por periodistas humanos. Esto puede resultar en una disminución de empleos en la industria periodística, lo que afecta negativamente a los profesionales del sector.
- Falta de ética y responsabilidad: La inteligencia artificial no tiene conciencia ni capacidad para tomar decisiones éticas o responsables. Esto puede llevar a la difusión de información errónea o falsa sin ningún tipo de verificación o supervisión humana, lo que socava la credibilidad del periodismo.
- Dependencia tecnológica: Confiar demasiado en la inteligencia artificial puede hacer que las organizaciones periodísticas dependan en gran medida de la tecnología, lo que las hace vulnerables a fallos técnicos o ciberataques. Además, esto puede limitar la capacidad de adaptación y creatividad del periodismo humano, ya que se prioriza la eficiencia y automatización.

6. Discusión

Los diferentes métodos de análisis necesitan diversos recursos y capacidades. No es lo mismo analizar las tendencias académicas de análisis en la búsqueda de caminos hacia una hoja de ruta intelectual, válida para acometer un estudio de tipo descriptivo y exploratorio, que una investigación de campo con un universo de gran amplitud basada en millones de datos extraídos de sistemas de almacenamiento digitales. Por ello, las metodologías actuales de análisis e investigación se basan en la exploración, la democratización y la clara distinción entre el enfoque crítico, que genera una discusión intelectual basada en conceptos y el enfoque aplicado, que determina el uso de las herramientas IA en el devenir diario de los profesionales de la información.

Como es evidente, no hay una metodología mejor que otra, sino que cada metodología debe ser adecuada al objeto de estudio y utilizada en función de los objetivos y metas a desarrollar.

Desde un campo de análisis puramente aplicado en las redacciones modernas y el uso de que hacen los periodistas de estas tecnologías, la IA está transformando rápidamente el campo del periodismo en múltiples aspectos. La generación automática de noticias, la verificación de hechos y la personalización de contenido son solo algunos ejemplos del impacto positivo que la IA puede tener en esta industria. Sin embargo, también es crucial abordar los desafíos asociados con la implementación de la IA en el periodismo. La supervisión humana continua, la ética y la transparencia son fundamentales para garantizar que la IA se utilice de manera responsable y no comprometa los valores fundamentales del periodismo.

Uno de los desafíos más importantes es la supervisión humana continua. Aunque la IA puede realizar tareas como recopilar datos, analizar información y redactar informes, es esencial que haya una supervisión humana constante para garantizar la precisión y la

imparcialidad de las noticias generadas por algoritmos. Debido a que los algoritmos se basan en datos y reglas predefinidas, pueden ser propensos a errores o sesgos.

Los periodistas deben revisar y verificar los contenidos producidos por la IA, corrigiendo cualquier error o sesgo. La supervisión humana también es crucial para garantizar la ética en el periodismo basado en IA. Los algoritmos pueden tener dificultades para comprender el contexto cultural, social o político de una noticia, lo que puede llevar a la difusión de información errónea. Este desafío implica encontrar un equilibrio entre la automatización y la intervención humana para garantizar la calidad, veracidad, ética y transparencia en las noticias generadas por algoritmos.

Otro reto importante es el riesgo de comprometer los valores fundamentales del periodismo. La IA puede automatizar muchas tareas rutinarias, pero no puede reemplazar completamente el juicio humano, la investigación profunda y el análisis crítico que caracterizan al periodismo de calidad. Es esencial mantener un equilibrio entre el uso de la IA como herramienta de apoyo y la preservación de la esencia del periodismo. La IA puede ser utilizada para automatizar tareas rutinarias y repetitivas, como la recopilación y análisis de datos, lo que permite a los periodistas dedicar más tiempo a investigar historias y realizar un periodismo de calidad.

Otro desafío ético es el uso de IA para generar contenido periodístico. Algunos medios ya están utilizando algoritmos para redactar noticias básicas, como noticias de agencia o informes deportivos o financieros. Si bien esto puede ser eficiente en términos de producción de contenido, plantea preguntas sobre la autoría y la responsabilidad ética del contenido generado por máquinas.

La privacidad también es un tema importante cuando se trata del uso de IA en el periodismo. La recopilación masiva de datos personales puede plantear preocupaciones sobre la protección de la información privada de los individuos y su uso indebido. Es fundamental establecer políticas claras sobre cómo se recopilan, almacenan y utilizan los datos en el contexto del periodismo basado en IA.

Por otra parte, la transparencia es clave para abordar el desafío ético de la IA en el periodismo. Los usuarios deben saber cuándo están interactuando con una máquina en lugar de un periodista humano. Esto implica la necesidad de etiquetar claramente el contenido generado por IA y proporcionar información sobre cómo se utilizan los algoritmos en la toma de decisiones editoriales.

7. Conclusiones

Las conclusiones respecto a los tres objetivos iniciales, tras una exposición razonada del marco referencial, las posibles metodologías de estudio y las aplicaciones y herramientas de uso por parte del periodista ante la llegada de la inteligencia artificial, se pueden determinar en tres puntos:

C.1 En primer término, se observa que las metodologías actuales de estudio de la tecnología de la inteligencia artificial, en el ámbito de la comunicación, son diversas y se acometen en función de la perspectiva, tipología y tecnologías utilizadas. Por este

motivo, el factor entendido como “tecnología” cobra cada día más fuerza en el mundo académico a la hora de acometer una investigación. Esto se comprueba al observar que una tecnología avanzada, innovadora, disruptiva y de evolución prácticamente exponencial, como es la inteligencia artificial, requiere de un continuo seguimiento de los descubrimientos, novedades y avances obtenidos.

C.2 La democratización del uso de la inteligencia artificial ha creado un público de millones de personas que provoca mayores dificultades a la hora de obtener una muestra específica, por cuanto su segmentación se hace compleja y requiere de elementos técnicos de gran alcance. En efecto, las metodologías pueden ser enmarcadas y delimitadas desde su estructura científica y argumental, pero deben ser extrapoladas a factores novedosos que requieren de nuevas técnicas y, sobre todo, nuevos recursos.

C.3 Para concluir, es necesario establecer políticas claras y transparentes para abordar estos desafíos y asegurar que la IA se utilice de manera responsable en el campo del periodismo. Si bien la implementación de la IA en el periodismo ofrece beneficios significativos, también plantea desafíos que deben abordarse adecuadamente. La supervisión humana continua, la ética y la transparencia son fundamentales para garantizar que la IA se utilice de manera responsable y no comprometa los valores fundamentales del periodismo. Al abordar estos desafíos, podemos aprovechar al máximo las ventajas que la IA puede ofrecer a la industria periodística.

A medida que avanzamos hacia un futuro cada vez más impulsado por la IA, es esencial que los profesionales del periodismo estén preparados para adaptarse y aprovechar las oportunidades que esta tecnología ofrece.

7. Referencias bibliográficas

- Bhaskar, M., y Rocca, C. (2021). La Inteligencia Artificial y las editoriales. *Trama & Texturas*, 44, 21–32. <https://www.jstor.org/stable/27041960>
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Calvo Rubio, L. M. y Ufarte Ruiz, M.^a J. (2021). Inteligencia artificial y periodismo: Revisión sistemática de la producción científica en Web of Science y Scopus (2008-2019). *Communication & Society*, n° 34, 159-176. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- Canavilhas, J. (2022). Inteligencia artificial aplicada al periodismo: traducción automática y recomendación de contenidos en el proyecto “A European Perspective” (UER). *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 1-13. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1534>
- De Lara, A., García-Avilés, J.-A., & Arias-Robles, F. (2022). Implantación de la Inteligencia Artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de

- los profesionales. *Textual & Visual Media*, 1(15), 1-16.
<https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.001>
- Editmaker. (2024). [Software]. En *Cibeles Group L.L.C* (7.0). Cibeles Group L.L.C. <https://www.cibeles.net>
- Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
- Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 29-46.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1542>
- Haim, M., & Graefe, A. (2017). Automated News: Better than expected?. *Digital Journalism*, 5(8), 1044–1059.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345643>
- Lopezosa, C., Codina, L., Pont-Sorribes, C., & Váñez, M. (2023). Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: challenges, uses and training proposal. *Profesional De La información*, 32(4).
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.08>
- Túñez-Lopez, M., Toural-Bran, C., & Valdiviezo-Abad, C. (2019). Automatización, bots y algoritmos en laredacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1411-1433
- Manfredi Sánchez, J.L., y Ufarte Ruiz, M. J. (2024). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 49-72. <https://www.doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>
- Martínez Martínez, I. J., Aguado Terrón, J. M., y Sánchez Cobarro, P.H. (2022). Smart Advertising: Innovación y disrupción tecnológica asociadas a la IA en el ecosistema publicitario. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 69-90.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1693>
- Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the News and Newsrooms: Unpacking Meta-Journalistic Discourse on the Use of Artificial Intelligence in Journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756–1774.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2085129>
- Moreno-Gil, V., Chaparro-Domínguez, M.- Ángeles, & Pérez-Pereiro, M. (2023). Future journalists' fight against disinformation: analysis of university training of fers and challenges in the Spanish context. *Communication & Society*, 36(2), 171-185. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.171-185>

- Murcia Verdú, F. J., Ramos Antón, R., y Calvo Rubio, L. M. (2022). Análisis comparado de la calidad de crónicas deportivas elaboradas por inteligencia artificial y periodistas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 91-111. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1553>
- Ortiz, A. (2015). Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas. Ediciones de la U.
- Salaverría, R. y Sádaba, C. (2023). Presentation. The neverending challenge: Exploring the renewed impact of digital technologies on journalism. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 68, 3-6. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3657>
- Sanahuja-Sanahuja, R. y López-Rabadán, P. (2022). Ética y uso periodístico de la inteligencia artificial. Los medios públicos y las plataformas de verificación como precursores de la rendición de cuentas en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 959-970. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82385>
- Sánchez-Holgado, P., Calderón, C., y Blanco-Herrero, D. (2022). Conocimiento y actitudes de la ciudadanía española sobre el Big Data y la inteligencia artificial. *Revista ICONO 14*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1908>
- Schmager, S., Pappas, I., & Vassilakopoulou, P. (2023). Defining Human-centered AI: a comprehensive review of HCAI literature, *Proceedings of the 15th Mediterranean Conference on Information Systems, MCIS*.
- Suazo Galdames, I. (2023). Inteligencia artificial en investigación científica. *Informe de SciComm*, 3(1),1-3. <https://doi.org/10.32457/scr.v3i1.2149>
- Túñez López, J. M., y Tejedor Calvo, S. (2019). Inteligencia artificial y periodismo [presentación del monográfico]. *Doxa Comunicación*, 29, 163-168. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a8>
- Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., y Murcia Verdú, F. J. (2021). Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. <https://doi.org/10.5209/esmp.69708>
- Ufarte Ruiz, M. J., y Manfredi Sánchez, J. L. (2019). Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa. *Doxa Comunicación*, 29, 213-233. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a11>
- Valdiviezo-Abad, C., y Bonini, T. (2019). Automatización inteligente en la gestión de la comunicación. *Doxa Comunicación*, 29, 169-196. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a9>

Financiación: Este estudio no ha recibido financiación

Conflicto de intereses: los autores declaran que no existen

Traducción al inglés: aportada por los autores

HOW TO CITE (APA 7ª)

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