

# Trabajo Integrador Final

## Inteligencia artificial: Nuevos desafíos para el periodismo

Una exploración sobre las dinámicas entre la inteligencia artificial, los medios de comunicación y el trabajo del periodista

**Autores:**

Alejandro Fernández,  
legajo N° 27692/8  
alejandro.1337@hotmail.com

Iván Chevenet,  
legajo N° 25159/2  
ivan.chevenet@gmail.com

Licenciatura en  
Comunicación Social

Directora: Lic. Gabriela Riera



**FACULTAD DE PERIODISMO  
Y COMUNICACION SOCIAL**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Sede: Edificio Nestor Kirchner  
(Diag. 113 N° 291, La Plata, Bs. As.)

La Plata, 6 de agosto de 2024

**Facultad de Periodismo y Comunicación Social - UNLP**

**TIF: "Inteligencia Artificial: Nuevos desafíos para el periodismo"**

Integrantes: **Alejandro Fernández** - alejandro.1337@hotmail.com, **Iván Chevenet** - ivan.chevenet@gmail.com

Dirección: Lic. Gabriela Riera

---

***A nuestras familias, amigos y compañeros***

Por ser pilares fundamentales en este camino recorrido

***A Gabriela, nuestra Directora***

Por su compromiso y por guiarnos en la realización de este trabajo.

***A la Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata***

Reconocemos la excelencia académica, pública y gratuita que nos ha brindado esta prestigiosa institución.

***¡Muchas gracias!***

## Índice

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
Descripción del proyecto y planteamiento del problema.....	5
Palabras claves.....	5
Objetivos de la investigación.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación.....	7
Marco metodológico.....	8
Alcances y limitaciones.....	9
Alcances:.....	9
Limitaciones:.....	9
Marco teórico.....	10
Comunicación Digital.....	10
Antecedentes.....	13
Definiciones técnicas.....	16
Macrodatos o "Big Data".....	18
Inteligencia Artificial Generativa (IAG).....	19
Leyes y normativas.....	20
<b>II. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO.....</b>	<b>22</b>
Aplicaciones y usos.....	23
¿Qué piensa el público general?.....	28
La IA en las empresas de comunicación.....	29
Hitos más importantes.....	32
Riesgos y desafíos.....	34

Sesgo algorítmico.....	34
Discriminación de género.....	35
Desigualdad Racial.....	36
Fake News (noticias falsas).....	36
Alucinaciones.....	37
Debate laboral.....	38
Debate social.....	39
Recopilación sobre percepción y experiencia.....	41
<b>III. REGULACIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>49</b>
Declaración de Montevideo.....	49
Recomendaciones de la UNESCO.....	51
Propuesta de la Federación Intencionalidad de Periodistas.....	53
La Unión Europea ratifica la primera ley IA del mundo.....	54
En Argentina.....	56
<b>V. Conclusiones.....</b>	<b>58</b>
<b>Bibliografía y referencias.....</b>	<b>65</b>

# I. INTRODUCCIÓN

## Descripción del proyecto y planteamiento del problema

La presente investigación tiene como objetivo explorar las nuevas dinámicas que la inteligencia artificial (IA) introduce en el periodismo, identificando los riesgos y oportunidades que surgen en un entorno tecnológico en constante evolución. Además, busca comprender cómo los profesionales de la comunicación se adaptan y utilizan las innovaciones para mejorar sus prácticas.

La definición que usaremos se basa en la **“Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial”**, adoptada el 23 de noviembre de 2021 por la **UNESCO** (2021), que no pretende ser inamovible, ya que debería cambiar con el tiempo en función de los avances tecnológicos.

La Recomendación considera:

“Los sistemas de IA son capaces de procesar datos e información de una manera que se asemeja a un comportamiento inteligente, y abarca generalmente aspectos de razonamiento, aprendizaje, percepción, predicción, planificación o control” (p. 10).

Esta investigación, indaga, también, en la necesidad de una regulación, considerando aspectos sociales, acceso, usos, abusos, privacidad y seguridad.

Los debates actuales plasman conflictos y desafíos legales, por lo que resulta esencial analizar normativas y políticas gubernamentales.

## Palabras claves

Inteligencia artificial, Comunicación Digital, Cultura Digital, periodismo digital, periodismo de datos, innovación, transformación tecnológica, ciudadanía digital, internet.

## Objetivos de la investigación

### Objetivo general

**Investigar, analizar y problematizar cómo la inteligencia artificial (IA) influye en el trabajo periodístico, e identificar desafíos y necesidades en la práctica de la comunicación digital.**

### Objetivos específicos

- Analizar el desarrollo de la inteligencia artificial generativa y su aplicación en el campo del periodismo.
- Problematicar cómo la IA ha impactado en la producción de noticias y contenido periodístico, incluyendo la generación automatizada, la difusión de noticias falsas y la manipulación de la información.
- Investigar y documentar ejemplos concretos de organizaciones de medios que han adoptado la IA y cómo lo han hecho.
- Indagar en los desafíos sociales asociados con el uso de la IA en la comunicación, incluyendo las disparidades y las situaciones de poder.
- Debatir el efecto de la IA en el periodismo y cómo los profesionales se adaptan a los cambios.
- Investigar el marco regulatorio y las medidas o normas que se pueden establecer para la IA.

## Justificación

La investigación se plantea como una contribución para comprender el impacto de la IA en el trabajo periodístico, proporcionando elementos para la problematización y la adopción de nuevas prácticas narrativas.

También, se intenta aportar elementos al debate sobre la regulación y normativa de prácticas comunicacionales mediadas por las tecnologías digitales.

Este trabajo se piensa como una herramienta para la comprensión crítica de las dinámicas emergentes entre la producción de inteligencia artificial y la comunicación digital, que permite una reflexión en un entorno social en constante transformación.

La creciente influencia de la inteligencia artificial en diversos sectores sociales plantea tanto desafíos, como oportunidades. Desde la perspectiva de la comunicación, ¿surgen cuestionamientos?

## Marco metodológico

El presente trabajo se lleva a cabo a través de un enfoque mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión de las dinámicas entre la inteligencia artificial y el periodismo. Proponemos una matriz de análisis para generar una mirada crítica, pero a la vez práctica, aplicada en el periodismo.

Autores como **Roberto Igarza** (2009) indican que resulta muy complejo generar teorías y metodologías de análisis para productos tan volátiles como los productos multimedia, esto es debido a la velocidad y aceleramiento con que los entornos digitales se transforman y van variando en el transcurso de breves lapsos de tiempo.

**Esther Díaz** (2007) aborda el concepto de estudio en las Ciencias Sociales desde una perspectiva metodológica crítica y reflexiva. Sostiene que el estudio en este campo implica un análisis riguroso y sistemático de las estructuras y procesos sociales, con el objetivo de comprender y explicar los fenómenos que configuran la realidad social. Este enfoque requiere la utilización de técnicas y herramientas metodológicas específicas, y también una constante reflexión sobre los fundamentos epistemológicos que subyacen a las investigaciones.

Según Díaz, permite una comprensión más amplia y profunda de los fenómenos sociales, superando las limitaciones de enfoques unidimensionales. Además, enfatiza la importancia de la crítica y la auto-reflexividad en el proceso investigativo, lo cual contribuye a evitar sesgos y a promover una mayor objetividad en los estudios sociales.

La misma autora también resalta la relevancia del contexto histórico y cultural en el análisis social, subrayando que los fenómenos sociales no pueden ser entendidos aislados de su entorno.



Con esas determinaciones se implementó un cuestionario estructurado, utilizando Formularios de Google, para alcanzar a los profesionales de la comunicación con el objetivo de recopilar datos cuantitativos sobre su percepción y experiencia respecto a la IA, además de obtener datos cualitativos con sus opiniones y comentarios.

Se realizó un análisis crítico de las políticas y normativas existentes relacionadas a la IA en el ámbito de los medios de comunicación digitales, que se centró en evaluar la necesidad y la eficacia de regulaciones adicionales.

## Alcances y limitaciones

### Alcances:

- Exploración de nuevas dinámicas introducidas por la inteligencia artificial en el periodismo, analizando cómo estas afectan tanto a la producción como a la recepción de noticias.
- Identificación de riesgos y oportunidades asociados con la integración de la IA en el ámbito periodístico.
- Análisis de debates sobre regulación.

### Limitaciones:

- Ámbito geográfico acotado, ya que las encuestas se limitan a la provincia de Buenos Aires.
- Constante evolución tecnológica, debido a que algunos hallazgos podrían tornarse obsoletos de manera dinámica, y la investigación podría no abordar futuros desarrollos.

## Marco teórico

Con el fin de profundizar en la temática y exponer las perspectivas desde las cuales investigamos y analizamos el objeto de estudio, se exponen a continuación los conceptos que posibilitan su análisis y comprensión.

### Comunicación Digital

**González Frígoli, Martín y Racioppe, Bianca** (2015) problematizan las tecnologías digitales en vínculo con las políticas públicas, e introducen la perspectiva de la Especialización en Comunicación Digital, carrera de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, donde se afirma que en un contexto que se ve cotidianamente transformado en los modos de estar y de representarnos el mundo a partir de la digitalización de los bienes simbólicos, se pretende contribuir a una reflexión crítica acerca de los nuevos escenarios por los que transitamos.

Continuando en la misma línea de González Frígoli y Racioppe (2015) pensamos las nuevas dinámicas comunicacionales en la era digital, como una conceptualización amplia del término.

En ese sentido, la *transmedialidad* rompe con el esquema tradicional de medios masivos, donde la producción y difusión de información se concentra en pocos actores; la *convergencia* se define como la integración de diferentes medios y plataformas digitales (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles); beneficiados por la *interactividad*, la interacción entre usuarios, fomentando el diálogo, el intercambio de opiniones y la construcción de redes sociales. En la era digital, la comunicación permite la participación activa de los usuarios en la creación y circulación de contenidos. (González Frígoli y Racioppe, 2015).

Se incluye el concepto de Comunicación Digital del investigador **Carlos Scolari** en *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (2008), quien afirma que las nuevas formas de comunicación se distinguen de las tradicionales:

"Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí." (p. 31)

Recuperando las definiciones Scolari, podemos plantearnos como soporte la idea de que:

“pensar lo transmediático, la convergencia, la hipervincularidad implica pensar en nuestras prácticas como usuarios de las tecnologías, implica pensar en lo cultural, lo social, lo simbólico y no en aparatos”.

En este marco es necesario plantearnos, como afirma **Néstor García Canclini** en una entrevista realizada por Carlos Scolari (2019), acerca de cómo el intercambio y el diálogo por vía tecnología digital, Internet, provoca una ruptura con los espacios legitimados del saber. Las pantallas transformaron nuestros objetos conocidos, y aparecieron dispositivos impensables. Incluso modificaron nuestro modo de apreciar el mundo exterior, el espacio público y el privado y crearon lo que hoy denominamos como subjetividad, nuestra percepción sensorial de los fenómenos y de las prácticas sociales, coincidiendo en el análisis.

Néstor García Canclini en *Ciudadanos reemplazados por algoritmos* (2019), en su diagnóstico sobre las innovaciones tecnológicas, afirma que estas colaboran para creer que estamos en un momento radicalmente nuevo en la historia, la producción de conocimiento, la difusión y el acceso a la información:

“Estamos ante rupturas y discontinuidades que, como se ha dicho, no son sólo tecnológicas, sino consecuencia de la reorganización cognitiva del capitalismo” (p. 36)

Al mismo tiempo advierte que el proceso de convergencia digital multimedia fue dejado casi enteramente en manos de megaempresas, sin aprovechar las oportunidades que ofrece para horizontalizar la comunicación, extender la distribución de los bienes culturales y propiciar la participación ciudadana en las decisiones públicas:

“Ahora los beneficios de la conectividad global y veloz vienen fatalmente con la infiltración en las pantallas personales de quienes comercializan nuestros usos de las redes” (p. 14).

El mismo autor afirma que: “El problema acuciante no es si en 2050 los robots se independizarán de los humanos” o serán más poderosos porque pulsarán los botones para someternos”. Dice: “La cuestión vigente es que ya están influyendo en cómo compramos en el supermercado alimentario y en el político, pero no por decisiones autónomas de los bots, sino porque hay quienes los programan para que lo hagan. Si queremos reencontrar el sentido de ser ciudadanos, el problema clave es por qué se concentra en muy pocos gobiernos y empresas la gestión delirante de estos poderes”.

Pero también nos advierte:

“Si la organización digital de la sociedad es inconsciente de sus límites, resulta funcional para Estados y empresas que se ocupan solo de llevar la contabilidad. El proceso de robotización y concentración económica que anula derechos y seguridad social, la precariedad de las mayorías parece no importar a las élites que reparten la acumulación y la escasez”.

## Antecedentes

El término "**inteligencia artificial**" fue acuñado por primera vez en 1956 por **John McCarthy**, profesor de Dartmouth College que la definió como la "ciencia e ingeniería de crear computadoras inteligentes (Stanford University, s/f)".

Si bien el término IA se utiliza con frecuencia, su significado preciso aún está en debate. Diversos grupos de expertos han desarrollado definiciones, pero estas son constantemente revisadas a medida que la tecnología avanza.

La inteligencia artificial penetró en diversos campos, desde el reconocimiento facial (para identificar soldados enemigos en la Guerra Rusia-Ucrania, a través de Clearview AI) hasta la automatización de procesos en la industria.

**García Avilés (2019)** afirmaba que: "la creciente irrupción de la Inteligencia Artificial y la tecnología automatizada está transformando la manera de captar, procesar, generar y distribuir las informaciones y el trabajo de los periodistas. Las principales empresas de comunicación ya apuestan por el periodismo automatizado en Europa y Estados Unidos."

Autores como **Juan Luis Manfredi y María José Ufarte (2020)** son optimistas y creen que con la transformación laboral propiciada por la IA, se vislumbra la aparición de nuevos géneros periodísticos y puestos que hoy ni siquiera imaginamos. A esto se suma que la participación humana, el olfato periodístico y la mirada inescrutable del editor siempre serán elementos intrínsecos de esta profesión.

Según un estudio elaborado, a nivel global, y dónde se entrevistó a propietarios, gerentes y trabajadores de medios de comunicación elaborado por **JournalismAI**, en 2024, un proyecto de Polis, el grupo de expertos en periodismo de la London School of Economics and Political Science, que cuenta con el apoyo

de Google News Initiative, y difundida por el Instituto Reuters de la Universidad de Oxford, Reino Unido, se presentó un informe que aborda la intersección entre los medios de comunicación y la inteligencia artificial, examinando cómo influye en los procesos y prácticas profesionales.

Del análisis surge que los equipos editoriales contemporáneos están adoptando progresivamente la IA en múltiples aspectos de su operación, desde la fase inicial de recopilación de información hasta la producción y distribución de noticias.

Además, se considera el papel de las universidades y las compañías intermediarias en la facilitación de la adopción responsable de la inteligencia artificial generativa. Hace hincapié en los riesgos y oportunidades, en como por un lado, estas nuevas tecnologías plantean los desafíos en la capacitación del personal y la integración de nuevas habilidades técnicas, pero por otro, surgen también preocupaciones sobre el sesgo algorítmico y la calidad editorial.

El cuaderno sobre ***Periodismo e inteligencia artificial en América Latina*** elaborado por **Natalia Zuazo (2023)** publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), presenta un análisis sobre el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo, con un enfoque crítico y ético, especialmente dirigido a América Latina, abordando desafíos y desigualdades relacionadas con la implementación de esta tecnología en la región.

El trabajo se enfoca en cómo los periodistas pueden mantener la calidad en sus coberturas frente al avance de la IA, incluyendo la competencia con el marketing y la aplicación de principios éticos. También, analiza el crecimiento de la IA en las redacciones latinoamericanas, remarcando su uso en distribución de contenidos y análisis de métricas, el desarrollo de nuevas herramientas, que abarcan la verificación de información, la detección de discursos de odio y los deepfakes (archivos de vídeo, imágenes o voz manipulados mediante IA).

Similares análisis, reflexiones y conclusiones se pueden leer en ***Impacto de la Inteligencia Artificial en el periodismo: transformaciones en la empresa, los productos, los contenidos y el perfil profesional escrito por Túñez-López, J. M., Feiras Ceide, C. & Vaz-Álvarez, M. (2021)*** y en ***Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación de Manfredi Sánchez, Juan Luis y Ufarte Ruiz, María José (2020)***

En 2024, la compañía de telecomunicaciones *Telecom* publicó ***Periodismo IA: Guía para la integración de inteligencia artificial en trabajos periodísticos y medios de comunicación***, una guía elaborada por el licenciado en Comunicación Social (UNLP), docente y consultor en medios digitales, **Álvaro Liuzzi**. Ofrece un marco detallado para la creación, gestión y distribución de contenido periodístico, destacando la importancia de adherirse a principios éticos y mantener la transparencia en el uso de estas tecnologías.

En esta guía Liuzzi afirma que:

“La irrupción de la inteligencia artificial está replanteando fundamentos establecidos y ha renovado las discusiones en torno a cuestiones éticas y a la privacidad de los datos personales. También ha intensificado las conversaciones sobre la proliferación de noticias falsas, la delgada línea entre lo verosímil y lo real, la influencia de los algoritmos en el vínculo entre contenidos y audiencias, y ha profundizado los debates en torno a la pérdida de puestos de trabajo en las redacciones a partir de la automatización”.

En las conclusiones agrega que “sólo unos meses después del lanzamiento de ChatGPT, hemos visto una primera ola de anuncios por parte de diversos medios institucionalizando áreas y cargos dentro de sus redacciones en relación con la IA. Tal como sucedió con los procesos de digitalización durante la primera década del Siglo XXI, estas iniciativas, hoy encapsuladas en un sector particular, tendrán una posterior dispersión hacia toda la organización a partir de la naturaleza transversal de esta tecnología (Liuzzi, 2024).

## Definiciones técnicas

Se vuelve necesario incorporar algunos términos relacionados a la informática, que nos permite profundizar la escena de la IA.

Tomaremos las definiciones de SAP (2023); una empresa multinacional alemana, de los principales productores mundiales de software para gestión de procesos de negocio, desarrolla soluciones que facilitan el procesamiento eficaz de datos y el flujo de información entre las organizaciones, se dedicada al diseño de productos informáticos de gestión empresarial, tanto para empresas como para organizaciones y organismos públicos, es la mayor compañía de software de Europa y la tercera más grande del mundo. El nombre es la sigla del alemán original de la empresa: Systemanalyse Programmentwicklung, que se traduce como "desarrollo de programas de sistemas de análisis". El nombre corporativo legal de la empresa es SAP SE -SE significa "Societas Europaea", una empresa pública registrada de conformidad con la legislación corporativa de la Unión Europea-.

La primera definición clave en este contexto, es la de *Machine Learning* o *aprendizaje automático*: la rama que permite enseñar a las computadoras para que aprendan de los datos y puedan mejorar con el entrenamiento, en lugar de ser explícitamente programadas para hacerlo.

Según indica la definición de SAP: "En el machine learning, los algoritmos están entrenados para encontrar patrones y correlaciones en grandes datasets, y para lograr las mejores decisiones y proyecciones en base a ese análisis. Las aplicaciones de machine learning mejoran con el uso y se vuelven más precisas a medida que tienen acceso a más datos."

Es decir, la IA procesa datos que le permiten tomar decisiones y proyecciones, pero los algoritmos de aprendizaje automático le permiten no solo procesar esa información, sino también que los use para aprender y aumentar su



capacidad de aprendizaje, es decir, su inteligencia. Sin embargo, esto no quiere decir que sea un proceso únicamente de computadoras, por ejemplo, Google utiliza tecnología de aprendizaje automático para mejorar con el tiempo sus productos. Para que esto funcione, revisores humanos revisan algunas conversaciones para identificar y corregir errores (Google AI. 22 de noviembre de 2023. Privacidad en Gemini. Soporte de Google. Consultado en Junio del 2024).

Este entrenamiento, que le da vida a la IA, funciona gracias a las *redes neuronales*, que son una especie de réplica del cerebro biológico. Según SAP, "Las neuronas artificiales se llaman nodos, y se agrupan en múltiples capas que operan en paralelo. Cuando una neurona artificial recibe una señal numérica, la procesa y envía una señal a las otras que están conectadas a ella. Al igual que en un cerebro humano, el refuerzo neuronal da como resultado mejor reconocimiento de patrones, expertise y aprendizaje general."

Ahora bien, todo esto nos sirve para comprender que de esta manera, los algoritmos (conjuntos de instrucciones que permiten procesar datos o solucionar un problema por parte de los sistemas informáticos), pueden desarrollarse sin intervención humana a través de consumir grandes cantidades de datos.

En este sentido, para entender su aplicación en el mundo real, podemos hablar del *Deep Learning* o aprendizaje profundo, que es una rama del aprendizaje automático que incluye muchas capas de redes neuronales y funciona con grandes volúmenes de datos.

Esta herramienta, funciona de a capas, obteniendo resultados cada vez más precisos en cada nivel. Como se indica en SAP: "un sistema de deep learning que está procesando imágenes de la naturaleza y buscando *margaritas gloriosas* reconocerá, en la primera capa, una planta. A medida que avance por las capas neuronales, entonces identificará una flor, luego una margarita, y finalmente una *margarita gloriosa*".

Esta tecnología, a través de reconocer patrones, permite el funcionamiento de procesos complejos como las aplicaciones de reconocimiento de voz, detección de rostros, automatización de procesos, entre otras cosas.

## Macrodatos o "Big Data"

Macrodatos, se refiere a una gran cantidad de información que sólo se puede procesar mediante el uso de herramientas digitales y que sirve para responder preguntas a través del análisis de enormes volúmenes de datos. La Unión Internacional de las Telecomunicaciones UIT (2015) define esto como una práctica que permite la recopilación, el almacenamiento, la gestión, el análisis y la visualización, potencialmente en tiempo real, de amplios conjuntos de datos con características heterogéneas (p. 8).

En concreto, algunas tecnologías permiten el procesamiento de grandes volúmenes de datos para resolver distintos retos, al mismo tiempo que crean nuevas oportunidades de desarrollo en el sector público y comercialización en el sector privado.

La importancia de los macrodatos en la inteligencia artificial radica en que proporciona la materia prima para que los algoritmos aprendan y funcionen. Sin grandes cantidades de datos, la IA no podría desarrollar la capacidad de identificar patrones, realizar predicciones o tomar decisiones inteligentes. Los macrodatos y la inteligencia artificial son interdependientes. Ambas tecnologías son distintas, pero cada una necesita a la otra para funcionar a su más alto grado.

## Inteligencia Artificial Generativa (IAG)

La IAG utiliza algoritmos y redes neuronales avanzadas para aprender de textos, imágenes, música y otros tipos de datos, y luego generar contenido nuevo y único (Granieri, 2023). Esta tecnología está pensada para abrir paso en una nueva ola de experiencias multimodales e interactivas que transforman la forma de interactuar con la información, las marcas y entre sí (Google, 2024).

En los últimos años, la inteligencia artificial generativa ha experimentado un crecimiento exponencial. Esto ha sido posible gracias a una serie de avances tecnológicos, tales como:

Un modelo de lenguaje grande, o LLM (Large Language Model, por sus siglas en inglés), como ChatGPT, "es un algoritmo de aprendizaje profundo que puede reconocer, resumir, traducir, predecir y generar texto y otro contenido basado en el conocimiento obtenido de conjuntos de datos masivos" (Lee, 2023).

Un algoritmo informático es un conjunto de instrucciones definidas, ordenadas y acotadas para resolver un problema, realizar un cálculo o desarrollar una tarea (Maluenda, 2021). De alguna forma, gracias a este conjunto de pasos, es que los sistemas pueden procesar los datos y transformarlos en un resultado deseado, y es así que los modelos de lenguaje a través del aprendizaje automático se nutren de estos algoritmos para construir la información.

Es esencial comprender el concepto de entrenamiento: "Los sistemas de IA generativa son más flexibles porque se basan en aprendizaje automático, que no requiere una programación explícita. En vez de eso, los seres humanos dan a las computadoras acceso a grandes cantidades de datos. Los sistemas se entrenan a sí mismos para reconocer patrones en los datos y, lo que es más importante, para llegar a conclusiones sobre lo que han aprendido. (Ahí es donde entra en escena la parte de "aprendizaje" del "aprendizaje automático"). El tamaño y la calidad del

conjunto de datos son importantes. La IA es tan buena como los datos con los que se entrena." (Adobe, 2023).

"La IA generativa es mayormente una extensión de cosas que ya han ocurrido. La forma en que se aplica la IA generativa y los modelos de lenguaje de gran escala en un contexto periodístico no es tan diferente de las formas previas de IA. Es cierto que tiene capacidades que estaban fuera del alcance de las formas anteriores de IA, y su accesibilidad representa un gran avance. Pero aún así, se construye sobre enfoques existentes, es más un reajuste. No cambia necesariamente las necesidades y objetivos subyacentes de las organizaciones de noticias, sino los medios" (Laboratorio de Periodismo, 2024)

## Leyes y normativas

En cuanto a las normativas y debates que generan estas nuevas herramientas, tomaremos como base de la discusión la Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina (CEPAL, 2023), dirigida a la comunidad científica de la región, que se desarrolló en el Encuentro Latinoamericano sobre Inteligencia Artificial, Khipu 2023 en Montevideo, Uruguay.

De la Declaración surge la propuesta, que realizan en su calidad de expertos e investigadores los firmantes, de desarrollar criterios y estándares que permitan calificar estas tecnologías según sus riesgos de manera clara y transparente, para avanzar en políticas públicas que protejan el bien común sin obturar los beneficios del desarrollo tecnológico. Tema que desarrollamos más adelante.

En septiembre de 2023, la Defensoría del Público presentó el libro "El derecho de las audiencias en entornos digitales: mapa regulatorio, propuestas e iniciativas en América Latina y Europa" (Defensoría del Público, 2023. Los derechos

de las audiencias en entornos digitales: mapa regulatorio) donde se aborda la regulación de los derechos de las audiencias en el entorno digital. Miriam Lewin, Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, reflexiona sobre los desafíos actuales como la desinformación y el control algorítmico, y propone debatir cómo proteger a las audiencias.

En la primera parte, se examina el contexto regulatorio en Europa y América Latina. En Europa, se analiza la Directiva Audiovisual de la UE y las leyes específicas de países como España y el Reino Unido. En América Latina, se presentan los casos de Argentina, Brasil, Colombia y Perú, destacando las iniciativas y desafíos en la regulación de contenidos digitales.

La segunda parte presenta propuestas regulatorias en Argentina, enfocadas en proteger los derechos humanos en plataformas digitales con perspectiva de género. Se aborda la modernización legislativa, la mejora de la infraestructura para servicios audiovisuales y la regulación de contenidos digitales.

## II. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PERIODISMO

En el año 2014 el periódico Los Angeles Times utilizó el software QuakeBot para elaborar breves noticias sobre movimientos sísmicos.

Quakebot es una aplicación de software, desarrollada por el mismo periódico, para informar sobre los últimos movimientos sísmicos lo más rápido posible. El programa informático revisa los avisos de terremotos del Servicio Geológico de Estados Unidos y, si cumplen con ciertos criterios, genera automáticamente un borrador de artículo. Luego se alerta a la sala de redacción y, si un editor determina que la publicación es de interés periodístico, se publica el informe. Es mantenido por el Departamento de Datos y Gráficos de Los Angeles Times.

Aunque la IA ya era común en software o aplicaciones de telefonía celular, aumentó su popularidad en 2022 con la aparición del robot conversacional ChatGPT, desarrollado por la empresa OpenAI.

La compañía estadounidense OpenAI creó esta tecnología con el propósito de simular conversaciones humanas. Sin embargo, es más apropiado que el algoritmo se defina por sí mismo. Esto es lo que responde ChatGPT cuando se le consulta sobre su identidad, cómo funciona y a quién está destinado:

“ChatGPT es un modelo de lenguaje desarrollado por la empresa de investigación e implementación de IA OpenAI, que utiliza inteligencia artificial para generar respuestas coherentes y relevantes a partir de las entradas de texto que recibe. Funciona utilizando una arquitectura de redes neuronales, entrenada en una gran cantidad de datos textuales para comprender y generar lenguaje humano de manera natural.

Está destinado a cualquier persona que desee interactuar con un sistema de inteligencia artificial para obtener respuestas a preguntas, asistencia en la resolución de problemas, generación de ideas o simplemente para entablar una conversación. ChatGPT puede utilizarse en una amplia variedad de contextos, desde la investigación y la educación hasta el entretenimiento y la asistencia al cliente.” (OpenAI. 2024. *¿Qué es Chat GPT, cómo funciona y a quién está destinado? [Respuesta de inteligencia artificial]. OpenAI. <https://openai.com/chatgpt>*)

Con la llegada de esta nueva herramienta, otras empresas como Google lanzaron al público su propio chatbot de generación de texto (Gemini s.f. *Gemini - Chatea para dar rienda suelta a tus ideas. <https://gemini.google.com/?hl=es>*), en este caso “Bard” quien luego pasó a llamarse “Gemini”.

Microsoft hizo lo propio con Copilot. (Microsoft Prensa. (21 de septiembre de 2023). *Llega Microsoft Copilot, el compañero de inteligencia artificial para el día a día. <https://news.microsoft.com/es-es/2023/09/21/llega-microsoft-copilot-el-companero-de-inteligencia-artificial-para-el-dia-a-dia/>*)

## Aplicaciones y usos

La IA puede permitir a los periodistas analizar datos; identificar patrones, tendencias e ideas de múltiples fuentes; ver cosas que el ojo humano no puede ver; convertir datos y palabras dichas de forma oral en texto; convertir textos en audios y videos; comprender los sentimientos y analizar escenas a partir de objetos. (Associated Press, 2017).

- **Redacción de textos:** puede generar textos de diferentes tipos, como artículos de noticias, poemas y guiones para producciones audiovisuales.

Algunos ejemplos de herramientas son *Gemini* (de Google AI)<sup>1</sup>, *ChatGPT* (de OpenAI)<sup>2</sup>, *Copilot* (de Microsoft)<sup>3</sup>, *Claude*<sup>4</sup> y *Jasper*<sup>5</sup>.

- **Creación de imágenes:** se puede utilizar para crear imágenes realistas de personas, animales, objetos y paisajes que no existen en la realidad. Algunos ejemplos conocidos son las herramientas *Dall-E 2*<sup>6</sup> y *Midjourney*<sup>7</sup>.
- **Análisis y visualización de grandes volúmenes de datos:** con su capacidad para generar y procesar datos de manera automatizada, ofrece herramientas poderosas para analizar, interpretar y presentar información compleja de manera accesible. Es posible analizar grandes cantidades de datos y encontrar patrones o clasificar información de forma automatizada en función de criterios entregados. Entre las aplicaciones que se enfocan a este tipo de trabajos están: *Tableau*<sup>8</sup> y *Power BI*<sup>9</sup>.
- **Transcripción de audios y videos:** puede ser utilizada para convertir archivos de audio en texto escrito. Estas herramientas son capaces de reconocer y transcribir el habla humana en diferentes idiomas con una precisión cada vez mayor. *Transkriptor*<sup>10</sup>, *Otter.ai*<sup>11</sup>, *Trint*<sup>12</sup>, *Google Speech to Text*<sup>13</sup> son algunas de las herramientas encargadas de esto. Así, gracias al speech to text, por ejemplo, una entrevista, un discurso o una declaración puede pasar, en minutos y con solo pulsar un botón, de un archivo de audio a

---

<sup>1</sup> **Gemini (s.f.).** Gemini - Chatea para dar rienda suelta a tus ideas. <https://gemini.google.com/?hl=es>

<sup>2</sup> **OpenAI. (s.f.).** OpenAI. <https://openai.com/>

<sup>3</sup> **Microsoft Copilot (s.f.).** Su complemento de IA para el día a día. <https://copilot.microsoft.com/>

<sup>4</sup> **Claude (s.f.).** ClaudeAI. <https://claude.ai/>

<sup>5</sup> **Jasper (s.f.).** Jasper | Copiloto de IA para equipos de marketing empresarial. <https://www.jasper.ai/>

<sup>6</sup> **DALL·E 2 (s.f.).** DALL·E 2 | OpenAI. <https://openai.com/index/dall-e-2/>

<sup>7</sup> **Midjourney. (s.f.).** Midjourney. <https://www.midjourney.com/>

<sup>8</sup> **Tableau (s.f.).** Tableau | Software de análisis e inteligencia de negocios. <https://www.tableau.com/>

<sup>9</sup> **Microsoft Power BI. (s.f.).** Power BI Desktop: informes interactivos.

<https://powerbi.microsoft.com/es-es/desktop/>

<sup>10</sup> **Transkriptor (s.f.).** Transkriptor - Transcribe Audio to Text & AI Transcription.

<https://transkriptor.com/>

<sup>11</sup> **Otter.ai (s.f.).** Otter.ai - AI Meeting Note Taker & Real-time AI Transcription.

<https://otter.ai/>

<sup>12</sup> **Trint (s.f.).** Software de transcripción | Editor de contenido y transcripción con IA | Trint

<https://trint.com/es/>

<sup>13</sup> **Google Cloud (s.f.).** IA de Speech-to-Text: reconocimiento y transcripción de voz

<https://cloud.google.com/speech-to-text/>



texto plano.

La empresa Google lanzó Gemini 1.5 Pro<sup>14</sup>, una IA que analiza contenido en audio. Aparte de texto e imágenes, el chatbot puede identificar cualquier porción de sonido sin necesidad de transcribir texto. Esto por ejemplo, hace posible el resumen de una llamada telefónica o de una entrevista.

- **Verificación de hechos:** la IA para analizar grandes cantidades de datos de diversas fuentes, como sitios web de noticias, redes sociales, bases de datos y documentos académicos, y así comprobar la veracidad de los hechos. ClaimBuster<sup>15</sup>, Google Fact Checker<sup>16</sup> son algunas de las herramientas encargadas de ello.

- **Análisis de textos o archivos diversos:** Google Pinpoint<sup>17</sup>, Brandwatch<sup>18</sup>, Talkwalker<sup>19</sup> permiten monitoreo y análisis en línea de textos y archivos. Como por ejemplo, buscar y analizar grandes volúmenes de documentos y transcripciones de entrevistas, así como también monitorear productos y competidores en las redes sociales.

También, Google apuesta fuerte a llevar la IA generativa al campo laboral con *Gemini for Google Workspace*<sup>20</sup>, un asistente integrado en aplicaciones como Gmail, Docs y Sheets, con capacidad de generar contenido, tomar notas en reuniones, resumir documentos y hasta traducir en tiempo real.

---

<sup>14</sup> **Hassabis, D. (14 de Mayo de 2024).** Gemini abre nuevos caminos: Un modelo más rápido, un contexto más amplio y asistentes de IA. Blog Google.

<https://blog.google/intl/es-419/actualizaciones-de-producto/informacion/gemini-abre-nuevos-caminos-un-modelo-mas-rapido-un-contexto-mas-amplio-y-asistentes-de-ia/>

<sup>15</sup> **ClaimBuster (s.f.).** ClaimBuster | Automated Live Fact-Checking

<https://idir.uta.edu/claimbuster/>

<sup>16</sup> **Google News Initiative (s.f.).** Google Fact Check Tools

<https://newsinitiative.withgoogle.com/es-mx/resources/trainings/google-fact-check-tools/>

<sup>17</sup> **Google Pinpoint (s.f.).** Pinpoint: A research tool for journalists.

<https://journaliststudio.google.com/pinpoint/about/>

<sup>18</sup> **Brandwatch (s.f.).** Digital Consumer Intelligence.

<https://www.brandwatch.com/es/platform/>

<sup>19</sup> **Talkwalker (s.f.).** Inteligencia artificial

<https://www.talkwalker.com/es/artificial-intelligence>

<sup>20</sup> **Google Workspace (s.f.).** Haz realidad tus ideas con Gemini para Google Workspace.

[https://workspace.google.com/intl/es-419\\_ar/solutions/ai/](https://workspace.google.com/intl/es-419_ar/solutions/ai/)

- **Conversión de texto a voz:** ElevenLabs<sup>21</sup> es una herramienta de conversión de texto a voz que utiliza inteligencia artificial y procesamiento natural del lenguaje para convertir texto escrito en audio realista.
- **Agilización de la producción de contenido:** automatizar tareas repetitivas como la redacción de informes financieros, la transcripción de entrevistas o la generación de resúmenes de noticias. Esto libera a los periodistas para que se concentren en tareas más creativas e intelectualmente estimulantes, como la investigación, el análisis y la narración de historias.
- **Personalización y segmentación de la audiencia:** crear contenido personalizado para diferentes segmentos de la audiencia. Los algoritmos pueden analizar las preferencias de los usuarios y ofrecerles contenido que sea relevante para sus intereses. Esto aumenta la participación y el tiempo que los usuarios dedican a los medios de comunicación.
- **Nuevos formatos de contenido:** la IAG permite crear nuevos formatos de contenido que son más atractivos e interactivos para la audiencia. Por ejemplo, se pueden generar podcasts, videos y artículos interactivos que combinan texto, imágenes, audio y video.  
Esto no solo facilita la producción de contenido a gran escala, sino que también mejora la experiencia del usuario al proporcionar contenido más personalizado y envolvente.
- **Optimización de contenido y predicción de éxito:** SmartStory<sup>22</sup> es una herramienta para periodistas y editores que utiliza inteligencia artificial para analizar y predecir el éxito de los titulares antes de publicar un contenido. Fue creada por el periodista argentino Mariano Blejman y la física especialista en machine learning, Paloma Urtizbera.

---

<sup>21</sup> **ElevenLabs.io (s.f.)**. ElevenLabs: Free Text to Speech & AI Voice Generator.

<https://elevenlabs.io/>

<sup>22</sup> **SmartStory.ai (s.f.)** Smart Story AI - SEO tool

<https://smartstory.ai/>

- **Nuevos modelos de negocio:** La IA permite la creación de plataformas de suscripción que se encargan de personalizar las noticias según las características de cada usuario. Es decir, en lugar de ofrecer un conjunto estándar de noticias a todos los suscriptores, la plataforma puede utilizar algoritmos de IA para analizar los intereses, preferencias y comportamientos de cada usuario individual. De esta manera la plataforma puede recomendar contenido específico que sea relevante y atractivo para cada persona, lo que aumenta el valor percibido de la suscripción y la retención de los clientes.

Según la guía "IA para periodistas" creada por Prodigioso Volcán (2023): "el uso de inteligencia artificial y otras técnicas de automatización para la personalización y distribución de los contenidos puede ser de gran interés para los medios de comunicación y otras empresas relacionadas. Una de las opciones más extendidas es el uso de bots a través de plataformas como Telegram y Facebook Messenger. Sin embargo, a medida que avanzan más y más estrategias relacionadas con la suscripción por contenidos y muros de pago apoyados en motores de recomendación más relevancia tendrá el uso de inteligencia artificial". (p .53)

## ¿Qué piensa el público general?

Una encuesta realizada por YouGov (Fletcher, R. & Nielsen, R. K. 2024, What does the public in six countries think of generative AI in news? Reuters) en nombre del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo (RISJ) de la Universidad de Oxford, tuvo como objetivo principal comprender si las personas utilizan la IA generativa, cómo la utilizan, y qué piensan sobre su aplicación en el periodismo y otras áreas del trabajo y la vida. YouGov recopiló los datos mediante un cuestionario en línea respondido entre el 28 de marzo y el 30 de abril de 2024 en seis países: Argentina, Dinamarca, Francia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos.

Los resultados revelan que la mayoría del público conoce y ha usado productos de IA generativa, especialmente ChatGPT, pero entre el 19% y el 30% de los encuestados no ha oído hablar de ninguna de otras de las herramientas de IA generativa más populares (por ejemplo, Midjourney y Dall-e).

Las expectativas sobre el impacto de la IA generativa en el periodismo varían: algunas áreas, entretenimiento, deportes y ciencia, son vistas con optimismo, mientras que otras como la política, generan preocupación por un uso irresponsable. El público es escéptico sobre los beneficios de la IA, creyendo que su uso se centra en reducir costos más que en mejorar la calidad de las noticias. Muchos piensan que la IA ya se usa ampliamente en tareas periodísticas, algunas de las cuales generan incomodidad, como la creación de imágenes o la generación de reporteros artificiales.

## La IA en las empresas de comunicación

“El uso de tecnologías de inteligencia artificial se está convirtiendo gradualmente en una parte indispensable en el ámbito de los medios de comunicación, lo que lleva a transformaciones radicales en el campo del periodismo. En particular, esta tecnología se considera como una alianza objetiva para cambiar las prácticas profesionales del periodismo, junto con la transformación de las habilidades de los periodistas, y también se ha convertido en un elemento esencial en los requisitos de producción contemporánea de periódicos.” (Ali, Hassoun, 2019, p. 41).

Durante la última década, la aplicación de la inteligencia artificial en el periodismo experimentó un crecimiento significativo, extendiéndose desde agencias de noticias hasta medios de comunicación a escala global “en un primer nivel, la inteligencia artificial ya está siendo usada en decenas de redacciones de periódicos

para, mediante bots, publicar noticias cortas procedentes de fuentes de datos. Por ejemplo, noticias de bolsa, meteorológicas, deportes." (Laboratorio de Periodismo, 2018).

Actualmente es posible encontrar artículos periodísticos elaborados con la ayuda de inteligencia artificial. En este contexto, el diario **Washington Post** desarrolló su propia tecnología de IA, bautizada como **Heliograph** (Universidad FASTA. Heliograf, el robot de The Washington Post que no reemplaza a los periodistas), con el objetivo de apoyar a su equipo editorial durante la cobertura de los Juegos Olímpicos de Verano de Río 2016. Desde entonces, "Heliograph" ha sido utilizada por el Washington Post para la producción de más de 800 artículos, principalmente centrados en noticias de índole política y deportiva.

Otro ejemplo del uso de la automatización en el periodismo es **Bloomberg News**, una de las principales agencias de noticias financieras del mundo que integró la IA en su flujo de trabajo, con aproximadamente un tercio de su contenido generado de manera automatizada, abarcando desde la creación de informes financieros hasta la redacción de noticias sobre eventos económicos y empresariales.

**Forbes**, otro actor importante en el panorama mediático, ha implementado una herramienta llamada **Bertie** para asistir a sus periodistas en la mejora de sus textos. *Bertie* utiliza algoritmos de IA para analizar el rendimiento de los artículos y proporcionar sugerencias para optimizar su calidad y relevancia. Esta colaboración entre humanos y máquinas ha demostrado ser efectiva en la producción de contenido de alta calidad y en la optimización del proceso de redacción.

La agencia de noticias **The Associated Press** ha adoptado la plataforma *Wordsmith* de Automated Insights para la redacción automática de noticias. Esta tecnología permite generar informes de manera instantánea y personalizada sobre una amplia gama de temas, desde deportes y finanzas hasta política y tecnología.

La IA se encarga de analizar datos y redactar informes en lenguaje natural, liberando a los periodistas de tareas rutinarias y permitiéndoles centrarse en la investigación y el análisis profundo.

En Europa, la **British Broadcasting Corporation (BBC)** ha implementado una plataforma en línea que permite a los periodistas diseñar sus propias plantillas para noticias automatizadas. Esta herramienta ofrece flexibilidad y personalización, lo que permite adaptar el contenido generado por IA a las necesidades específicas de sus audiencias..

Asimismo, en Suiza, un bot llamado **Tobi** produjo casi 40,000 noticias sobre las elecciones de 2018, demostrando el potencial de la IA en la cobertura de eventos en tiempo real.

En Noruega, un estudio de **Statistics Noruega** reveló una disminución en el consumo de los medios tradicionales como la radio, la televisión y los periódicos por parte del público joven (entre 16 y 24 años) durante los últimos diez años.

En respuesta a este cambio, la **Corporación Noruega de Radiodifusión (NRK)** ha implementado una innovadora estrategia desde el año 2024: la incorporación de resúmenes generados por inteligencia artificial en muchos de sus artículos web.

Estos resúmenes, presentados en forma de viñetas concisas y amigables, buscan captar la atención de las audiencias más jóvenes, a menudo menos inclinadas a consumir contenido extenso. Los datos preliminares indican que la iniciativa está siendo efectiva: los jóvenes muestran mayor predisposición a hacer clic en los resúmenes, y aquellos que lo hacen, dedican más tiempo a la lectura del artículo completo.

En China, la agencia de noticias **Xinhua** ha sido pionera en el desarrollo de presentadores artificiales de noticias. Utilizando tecnología de IA, *Xinhua* ha creado presentadores virtuales capaces de leer noticias en tiempo real con una apariencia y voz realistas.

## Hitos más importantes

- **2014.** Los Angeles Times utiliza por primera vez a Quakebot<sup>23</sup>
- **2014.** Associated Press inició la elaboración de noticias sobre mercados bursátiles y resultados deportivos de forma automatizada, a través de una herramienta de software basada en IA y desarrollada por la empresa tecnológica Automated Insights.<sup>24</sup>
- **2016.** El Washington Post lanza Heliograf: una herramienta que utiliza algoritmos de IA para generar historias automáticamente a partir de datos estructurados, como resultados deportivos o informes financieros.<sup>25</sup>
- **2016.** Uso de chatbots en la atención al cliente: The Washington Post lanzó un chatbot impulsado por IA, en Facebook Messenger para proporcionar a los usuarios actualizaciones de noticias personalizadas y responder preguntas frecuentes.<sup>26</sup>
- **2018.** Primer presentador de noticias de inteligencia artificial del mundo debuta en China<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> **Schwencke, K. (17 de Marzo de 2014).** Earthquake aftershock: 2.7 quake strikes near Westwood. Los Angeles Times.

<https://www.latimes.com/local/lanow/earthquake-27-quake-strikes-near-westwood-california-rdivor-story.html>

<sup>24</sup> **Associated Press. (s.f.).** Artificial intelligence.

<https://www.ap.org/solutions/artificial-intelligence/>

<sup>25</sup> **Dircomfidencial. (9 de Agosto de 2016).** The Washington Post utiliza robots para cubrir la información de los Juegos Olímpicos.

<https://dircomfidencial.com/internet/the-washington-post-utiliza-robots-para-cubrir-la-informacion-de-los-juegos-olimpicos-20160809-0402/>

<sup>26</sup> **Asociación de Medios de Información. (28 de Julio de 2016).** Washington Post lanza su bot de mensajería en Facebook.

<https://www.ami.info/washington-post-lanza-bot-mensajeria-facebook.html>

<sup>27</sup> **Xinhua. (8 de Noviembre de 2018).** China lanza su primer centro de investigación de desarrollo de inteligencia artificial. [https://spanish.xinhuanet.com/2018-11/08/c\\_137592056.htm](https://spanish.xinhuanet.com/2018-11/08/c_137592056.htm)



- **2019.** Organizaciones como Factmata emplean IA para identificar afirmaciones engañosas y verificar la precisión de la información en línea.<sup>28</sup>
- **2020.** Google lanzó Journalist Studio, una plataforma que consta de 13 herramientas diseñadas específicamente para facilitar la labor de investigación de periodistas de datos. Estas herramientas están enfocadas en el análisis de datos y su visualización, brindando a los profesionales de los medios una variedad de recursos para mejorar su trabajo investigativo.<sup>29</sup>
- **2022.** Lanzamiento de Chat GPT al mercado: Cientos de periodistas adoptando estas herramientas para la generación de noticias, edición, búsqueda de información y análisis.<sup>30</sup>
- **2023.** "Muerte de un autor": Nace el primer libro literario generado a través de la Inteligencia artificial, creado por la autora Stephen Marche utilizando Chat GPT, Sudowirte y Cohere. Este hito alerta sobre el peligro de la escritura y de la literatura al estilo tradicional. En palabras de New York Times: "Si uno entrecierra los ojos, se puede convencer de que estás leyendo una novela de verdad".<sup>31</sup>
- **2024.** Europa ratifica su ley para regular la inteligencia artificial. Si bien todavía no entró en vigencia, será la primera ley que determinará en el mundo si se permite o prohíbe esta tecnología según el nivel de riesgo que

---

<sup>28</sup> **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (14 de Agosto de 2019).** Innovaciones de la inteligencia artificial para afrontar problemáticas sociales. <https://www.unesco.org/es/articulos/innovaciones-de-la-inteligencia-artificial-para-afrontar-problematicas-sociales>

<sup>29</sup> **Google Journalist Studio (s.f.).** A collection of tools to empower journalists to do their work more efficiently, creatively, and securely. <https://journaliststudio.google.com/>

<sup>30</sup> **Shapiro, A. (12 de Diciembre de 2022).** Nace un nuevo enemigo en la educación: el último chatbot con inteligencia artificial parece serlo. Forbes Argentina. <https://www.forbesargentina.com/innovacion/nace-nuevo-enemigo-educacion-ultimo-chatbot-inteligencia-artificial-parece-serlo-n26330>

<sup>31</sup> **Garner, D. (1 de Mayo de 2023).** Aidan Marchine: Death of an Author. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/05/01/books/aidan-marchine-death-of-an-author.html>

representa para los ciudadanos.

El reglamento también impone ciertas responsabilidades a los sistemas de inteligencia artificial generativa, como ChatGPT de OpenAI o Bard de Google. Por ejemplo, estos sistemas deberán indicar claramente si un texto, una canción o una imagen han sido generados por inteligencia artificial. Esta claridad es esencial para que los periodistas y el público puedan discernir la autoría de los contenidos, lo que afecta directamente la credibilidad y la ética en la producción de noticias.

Además, deben asegurarse de que los datos utilizados para entrenar los sistemas respeten los derechos de autor.

## Riesgos y desafíos

La inteligencia artificial presenta un nuevo escenario en el cual el periodista se convierte en un navegante de la información digital, teniendo que adaptarse a las nuevas herramientas y lenguajes. Por ello es fundamental entender el potencial, riesgos y desafíos de esta tecnología.

Surgen interrogantes sobre los usos sociales, la desinformación y el futuro del trabajo periodístico. A continuación exploraremos algunos.

## Sesgo algorítmico

Dado que los algoritmos son creados por seres humanos, pueden reflejar los valores y prejuicios inherentes a sus creadores, lleva consigo una carga de sentido derivada de la perspectiva de quienes lo desarrollaron. En palabras de Enzo Ferrante (2021), Investigador del CONICET, Ingeniero de Sistema y Doctor en Matemática e Informática, se trata de "sistemas cuyas predicciones benefician

sistemáticamente a un grupo de individuos frente a otro, resultando así injustas o desiguales". (p. 3)

## Discriminación de género

En 2018, se reveló que una herramienta de inteligencia artificial empleada por Amazon en su proceso de contratación mostraba un sesgo contra las mujeres. Este sesgo se originó debido a que los datos históricos reflejaban una mayor presencia de hombres en ciertos roles laborales. Al entrenar el algoritmo con estos datos, se tradujo en una tendencia negativa hacia las candidatas mujeres, lo que las hacía menos propensas a ser consideradas para puestos de trabajo en la empresa.

En el texto publicado en 2024 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (©UNESCO 2024, ISBN 978-92-3-300223-4. «De todas formas, tu opinión no importa», tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, la violencia de género facilitada por la tecnología en la era de la IA generativa, se amplificó a los métodos existentes y ha aumentado las vías potenciales para el desarrollo de la violencia de género facilitada por la tecnología a la que se enfrentan varias comunidades en línea.

La misma investigación, anticipa que la proliferación de la IA generativa conlleva nuevos perjuicios, como la creación de contenidos audiovisuales falsos más realistas, «alucinaciones» o sesgos involuntarios en los resultados, campañas de acoso automatizadas y la capacidad de construir «historias sintéticas» (relatos falsos con apariencia realista). Asimismo, la IA generativa introduce la posibilidad de que se generen daños involuntarios a través de sesgos subyacentes en los datos de entrenamiento del modelo.

## Desigualdad Racial

Se ha puesto en tela de juicio la efectividad de una herramienta conocida como COMPAS (Correctional Offender Management Profiling for Alternative Sanctions), la cual desempeña un papel crucial en la determinación de si un individuo convicto debe ser puesto en libertad. Este algoritmo se basa en calcular la probabilidad de reincidencia violenta por parte del acusado. Sin embargo, ha sido objeto de críticas debido a que tiende a clasificar erróneamente a un mayor número de personas no caucásicas en comparación con aquellas de ascendencia caucásica.<sup>32</sup>

Otro ejemplo fue el caso de la herramienta Google Gemini, que en 2024, se vio obligada a suspender temporalmente la generación de imágenes de personas debido a la detección de numerosas inexactitudes en las representaciones históricas. La IA llegó a crear imágenes de soldados nazis como personas de piel negra, lo que llevó a la empresa a tomar medidas inmediatas para corregir estos errores.<sup>33</sup>

## Fake News (noticias falsas)

Es información falsa publicada en forma de noticia para engañar a las personas (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación Argentina,

---

<sup>32</sup> **TecnoXplora. (25 de enero de 2018).** El algoritmo no siempre supera al humano: este para prevenir la reincidencia criminal es un 'bluf'.

[https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoxplora/internet/algoritmo-siempre-supera-humano-este-prev-enir-reincidencia-criminal-bluf\\_201801245a6987b70cf255430279f32b.html](https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoxplora/internet/algoritmo-siempre-supera-humano-este-prev-enir-reincidencia-criminal-bluf_201801245a6987b70cf255430279f32b.html)

<sup>33</sup> **Planas Bou, C. (23 de Febrero de 2024).** Google retira su IA Gemini por crear imágenes de nazis racializados. El Periódico.

<https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20240223/google-retira-ia-gemini-inteligencia-artificial-nazis-imagenes-chatgpt-98552506>

2024), se crea para: generar visitas en sitios web, desprestigiar, desinformar y manipular la opinión pública.

Una de las formas por la cual la IA puede facilitar la difusión de información falsa o engañosa, es con la creación de imágenes y videos. Un caso evidente fue la fotografía del Papa Francisco que se viralizó en las plataformas digitales debido a su atípico atuendo. En la imagen, el Sumo Pontífice es capturado paseando por las calles del Vaticano con un abrigo blanco que evoca el estilo característico de los raperos y otros exponentes de la cultura urbana.<sup>34</sup> Una gran parte de la gente que vio la imagen creyó que fue un hecho real.

## Alucinaciones

Son errores o fallas, momentos en los que el sistema de la inteligencia artificial produce resultados inesperados, sin sentido (Educ.ar, 2024). Natalia Zuazo (2023), periodista argentina experta en política tecnológica y digital, las define como "información que parece coherente pero resulta falsa o imprecisa." y afirma que por esto "es importante desaconsejar su uso en tareas que requieran de precisión y evitar usarlo como única fuente de consulta." (p.17)

En un modelo de lenguaje como GPT, una alucinación podría ser proporcionar una cita falsa, inventar hechos históricos, o generar una explicación que suene lógica pero que no tenga fundamento con datos verificados.

---

<sup>34</sup> **Santos, E. (1 de Abril de 2023).** ¿Por qué nos hemos creído la foto del Papa con el abrigo blanco? El País. <https://elpais.com/tecnologia/2023-04-01/por-que-nos-hemos-creido-la-foto-del-papa-con-el-abrigo-blanco.html>

En el contexto de generación de imágenes, una alucinación podría ser la creación de detalles que no están presentes en los datos de entrada proporcionados por el usuario o en la mezcla de conceptos de manera incoherente.

## Debate laboral

Neil Thurman (2019), sostiene que las labores esenciales en un trabajo periodístico de calidad, como la investigación o la verificación, recaerán sobre el periodista mientras que las máquinas desempeñarán los trabajos más rutinarios relacionados con el procesamiento de los datos.

La creciente participación de los robots y la inteligencia artificial en la generación de contenido periodístico provocó un debate sobre el futuro de los periodistas y su relevancia en la era digital. La preocupación central gira en torno a si la IA será capaz de reemplazar completamente a los periodistas en el transcurso de los próximos años.

Idoia Salazar (2018), cofundadora y presidenta del Observatorio del Impacto Social y Ético de la Inteligencia Artificial (OdiselA), profundiza en esta nueva era computacional indicando que las profesiones que más sufrirán los cambios son las que se basan en labores autónomos y repetitivos (que no requieren un componente humano), mientras que las que poseen rasgos más emocionales, son las más difíciles de alterar. Por otro lado, menciona la importancia de poder potenciar ese aspecto 'irreemplazable', ya que no tendría sentido seguir haciendo lo que por defecto realiza la IA: "Un robot no para para comer, un robot no duerme, un robot no coge vacaciones, un robot no protesta si no se le paga convenientemente" (p. 11), por lo que lo vital será potenciar lo que no se puede sustituir, es decir, ese rasgo de psicología humana, esa sensibilidad al contar una historia o narración periodística.

Salazar (2018) desarrolla un concepto central que adquiere relevancia en el rol del comunicador, con la información omnipresente y altamente accesible, la capacidad de adoptar una mirada crítica y organizar eficazmente todos esos datos se vuelve fundamental. Es justamente en este último punto en el que está su nueva labor: Estructurar el 'caos' de datos, aportar fiabilidad a las noticias que cuenta sustentándose en la marca y prestigio de su medio, proporcionar enlaces a otras webs relevantes para la noticia, aportar recursos multimedia disponibles en Internet que la complementen (p. 15).

La misma autora continúa afirmando que el periodista tiene ese rol de poder estructurar, jerarquizar, ordenar y darle un sentido crítico al mar de información en el cual hoy en día convivimos. Por otro lado, también las noticias son cada vez más personalizadas: antes se buscaba masificar un artículo, ahora se personaliza cada nota según su audiencia, es decir, a demanda del consumidor: "Algún día el contenido se adaptará a la personalidad individual, el tono, la ubicación, la hora del día y más, resolviendo finalmente la crisis en el compromiso del contenido" (p. 16).

"Implementar soluciones basadas en IA también requiere el desarrollo de una visión estratégica, inversión económica, la conformación de equipos interdisciplinarios y la búsqueda de alianzas con organizaciones educativas y tecnológicas." (Prodigioso Volcán, 2023, p. 47)

## Debate social

El empleo de ChatGPT (por ejemplo), plantea debates como la posible infracción de derechos de autor, la opacidad en las fuentes utilizadas y el riesgo de plagio.

En febrero de 2022, el Consell de la Informació de Catalunya publicó un informe llamado "Algoritmos en las redacciones: desafíos y sugerencias para

incorporar valores éticos del periodismo a la inteligencia artificial" (Ventura Pocino, P 2021). El objetivo de este estudio era equipar al periodismo con herramientas que lo convirtieran en un modelo de ética tecnológica en la comunicación.

En ese marco Patricia Ventura, Divulgadora y Doctora en Medios, Comunicación y Cultura por la Universitat Autònoma de Barcelona con una tesis que recibió el Premio Extraordinario de Doctorado sobre ética, inteligencia artificial y comunicación afirma que: "Si el periodismo tiene que vigilar estos algoritmos o, mejor dicho, a quienes los gestionan, en coherencia, deberá estar en condiciones de usar la Inteligencia Artificial de forma ética, ponerla al servicio de su misión de servicio público, dotarla de sus valores y demostrar que es capaz de gestionarla como no lo hacen otros que se limitan a optimizarla con finalidades puramente comerciales y, por lo tanto, sin valores" (Ventura, s.f.)

De la investigación de Ventura se desprende que una supervisión humana adecuada es crucial para garantizar que la producción automatizada de contenido se realice de manera precisa. De esta manera, la intervención humana permite identificar y corregir errores que los sistemas automatizados pueden pasar por alto. Además, ayuda a reducir sesgos inherentes a los algoritmos, asegurando que el contenido generado sea equitativo y representativo. Esta supervisión también permite ajustes continuos en los procesos automatizados, mejorando su eficiencia y efectividad en la creación de contenido de alta calidad.

"Se están encontrando claros inconvenientes. Uno de los principales deriva del campo de la ética. La muchas veces cuestionada ética del periodista cobra una nueva dimensión cuando es supuestamente una 'máquina' la que toma las decisiones. Este es uno de los grandes campos de investigación en la actualidad. El objetivo: intentar que las IA se integren en el periodismo sin desvirtuar la profesión, principalmente desde un punto de vista ético." (Salazar, 2018, p. 11).

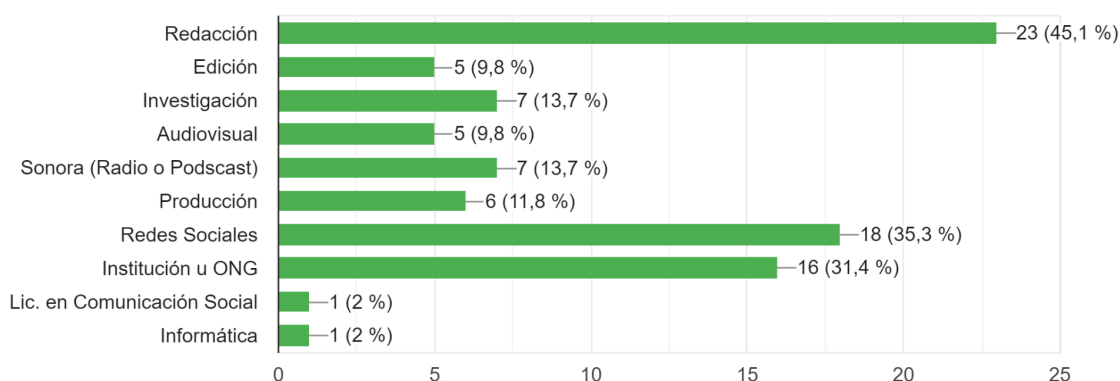


## Recopilación sobre percepción y experiencia

En el marco del presente trabajo se realizó un cuestionario en línea dirigido a **profesionales de la comunicación que se desempeñaran en el marco geográfico de la provincia de Buenos Aires**, abordando temas como oportunidades, retos, expectativas y su viabilidad en el sector. Distribuido entre marzo y junio de 2024, obtuvo 50 respuestas y sus resultados son desarrollados a continuación.

¿En qué área de la comunicación se desempeña?

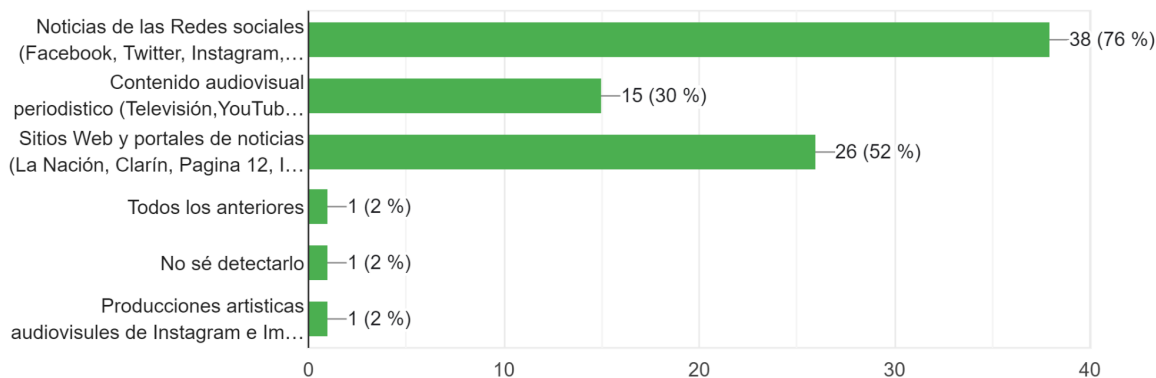
51 respuestas



La mayor parte de los encuestados trabaja en el área de redacción (45.1%) mientras que otra gran parte lo hace en Redes Sociales (35.3%), seguido de quienes lo hacen en Instituciones u ONG (31.4%).

### ¿En qué contenidos comunicacionales detecta que está implementada la IA?

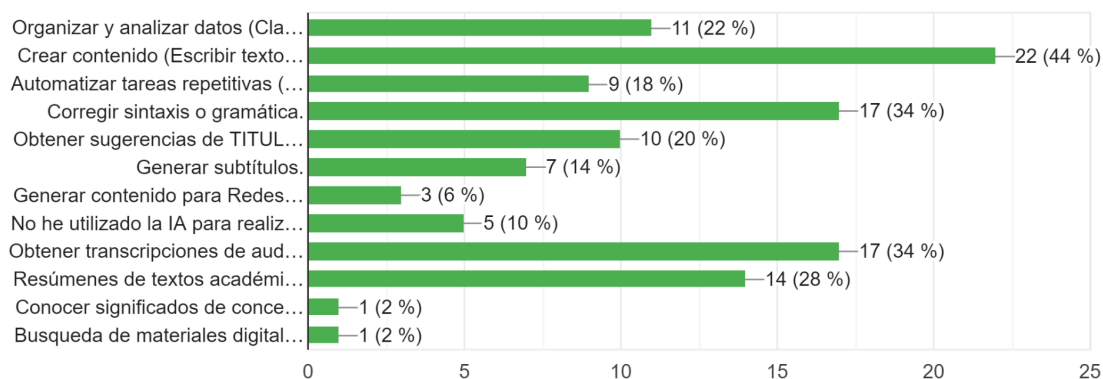
50 respuestas



Según los resultados arrojados, las redes sociales son el espacio en dónde más es detectado el uso de la IA, en segundo lugar en los sitios web de noticias (por ejemplo, diarios nacionales) y en tercer lugar la IA fue detectada en contenido audiovisual (videos de YouTube, televisión).

### ¿Ha utilizado la Inteligencia Artificial (IA) en sus tareas profesionales? Cuáles?

50 respuestas

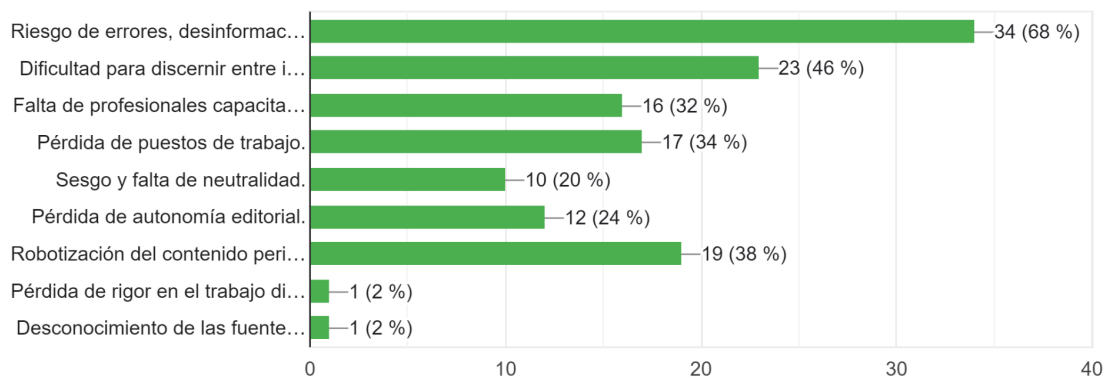


En su mayoría, los profesionales consultados utilizan la IA para crear textos, imágenes y videos, otra buena parte la emplea para realizar correcciones

gramaticales o de sintaxis, organizar y analizar datos, y solo un pequeño grupo nunca utilizó inteligencia artificial en ninguno de sus labores.

¿Qué dificultades o inconvenientes encuentra en la utilización de herramientas de IA en su labor como comunicador social?

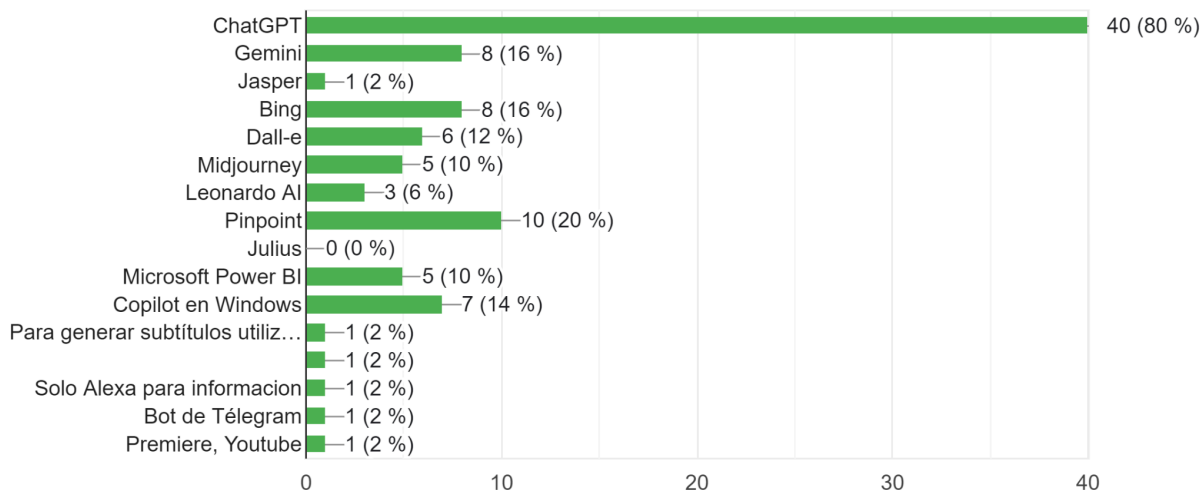
50 respuestas



Gran parte de los encuestados respondió que los riesgos de errores, la desinformación o el contenido engañoso son una de las principales problemáticas del uso de la IA.

### ¿Cuál de estas herramientas de IA utiliza o utilizó?

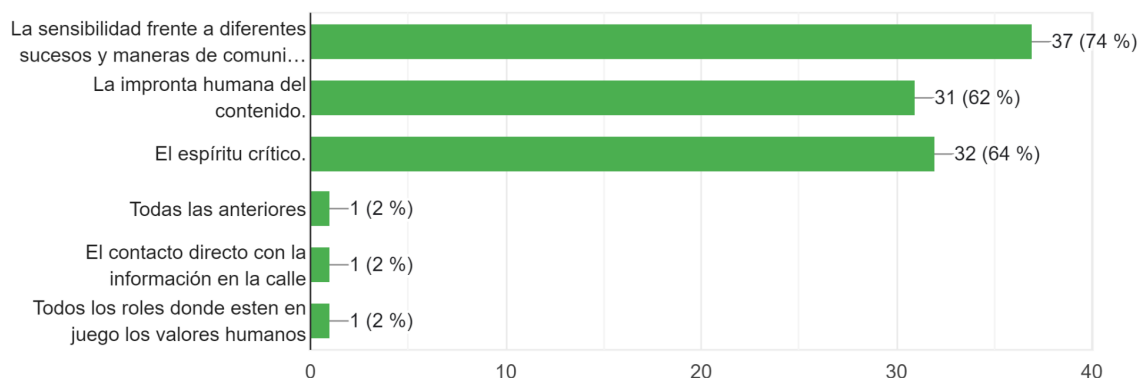
50 respuestas



La gran mayoría de los encuestados utilizó las herramientas de IA generativa más populares. ChatGPT es la más reconocida con un 80%. Otras herramientas, las creadas por empresas de tecnología tradicionales –como Pinpoint, Gemini y Bing– están algo por detrás de ChatGPT, incluso con el impulso que supone estar asociado con una marca conocida.

### ¿Qué rol del comunicador social considera que es irremplazable por la IA?

50 respuestas



Los datos muestran que la mayoría de los encuestados valora altamente la sensibilidad frente a diferentes sucesos y la impronta humana del contenido. También hay una fuerte apreciación por el espíritu crítico. En general, existe un consenso significativo sobre la importancia de todos estos aspectos.

### **¿Qué nuevos aportes cree que podrá brindar la IA al campo de la Comunicación en los próximos años?**

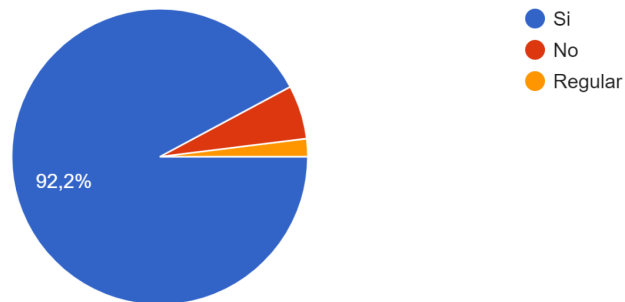
Al ser consultados, los encuestados respondieron en su mayoría haciendo foco común en la automatización de tareas para darle tiempo al profesional: "Agilidad", "Sistematización", "Más tiempo libre", "Facilitación de tareas mecánicas", "Reducción del tiempo de producción siempre y cuando IA se utilice de manera adecuada", "Procesamiento de información, big data", "Aporta a la sistematización de grandes cantidades de información y a la simplificación de tareas rutinarias".

### **¿Qué formación debe tener un comunicador social para introducir a la IA en sus prácticas cotidianas?**

Los profesionales encuestados, hicieron en la necesidad de la formación e instrucción en el uso de herramientas de IA son fundamentales para un manejo óptimo de las mismas, estas son algunas de sus respuestas: "es urgente incorporar la IA desde la escuela y profundizar también en la carreras de grado", "estudio (trabajos de la facultad, por ejemplo)", "formación en tecnología y gestión de las herramientas con IA", "capacitación en herramientas y manejo de prompts", "con teoría pero también con prácticas que nos eduquen en las lógicas artificiales."

¿Cree que alguna ley debería supervisar el uso de IA en el campo de la Comunicación?

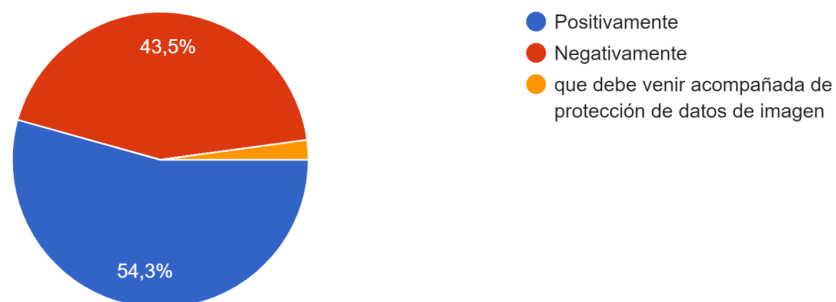
51 respuestas



Casi la totalidad de los encuestados creen que debería existir una ley que supervise su uso en los medios de comunicación.

¿Cómo cree afectará la IA en el campo del periodismo en los próximos 5 años?

46 respuestas



Los encuestados plantean un panorama de optimismo, pero a la vez una gran parte proyecta una imagen negativa, (54,3% positivos, 43.5% negativos).

## Opiniones generales de los encuestados sobre la IA

- "La impronta humana es irremplazable. La IA debería utilizarse como una mejora de las herramientas informáticas existentes para agilizar las tareas y no para reemplazar a las personas. Por lo menos, en el ámbito de la comunicación, que es la más humana de las ciencias."
- "Muchas veces el contenido no es claro en cuanto a las fuentes consultadas (en el caso del Chat GPT). Por otro lado, la idea de la pérdida de puestos de trabajo es algo en dónde los Estados deben prever."
- "Como inconveniente observo que si el camino es suplantar a las personas por las IA, puede verse afectada la creación de empleo o ir hacia una reducción del personal en los trabajos formales con lo cual habrá más competencia y menos cantidad de ofertas laborales."
- "Considero que deben ser reguladas porque hay mucha gente que las utiliza para generar fake news y esto afecta la credibilidad de las y los comunicadores."
- "El principal inconveniente es considerar que la inteligencia artificial es algo autónomo y que tiene potencialidad de sustituir a personas en su labor que implica criticidad. Un periodismo sin narrativa crítica no es periodismo."
- "Creo que afectará positivamente, pero veo necesario que exista una ley que regule a la IA para fijar un estándar en la calidad de su uso."
- "Se requiere una legislación actualizada al respecto que proteja los derechos fundamentales de los usuarios."
- "Creo que debería haber mucha más información de cómo debería utilizarse, si bien muchos estudiantes como profesionales lo utilizan, pero es un conocimiento muy vago que tienen acerca de qué usos se les puede dar."

- “Se debe resaltar que detrás de esa tecnología hay seres humanos que las programan, con sus prejuicios, su subjetividad y trabajan con datos que pueden contener y reproducir desigualdades históricas. La IA aprende lo bueno pero también lo malo del pensamiento humano.”



### **III. REGULACIONES Y RECOMENDACIONES**

Exploraremos a continuación propuestas de normativas para la Inteligencia artificial en distintos países del mundo y relacionaremos con el periodismo y los medios de comunicación.

#### **Declaración de Montevideo**

En el marco del Encuentro Latinoamericano de Inteligencia Artificial (KHIPU) -celebrado el 10 de marzo de 2023 en Montevideo- se presentó la Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina. La declaración reconoce el potencial de la Inteligencia Artificial (IA) para el desarrollo, a la vez que advierte sobre la importancia de su uso crítico, orientado por el bien común y en marcos democráticos y respetuosos de los derechos humanos.

Aunque la Declaración de Montevideo (2023) no trata específicamente la regulación de la IA dentro del ejercicio periodístico, seleccionamos tres puntos de ella que entendemos, sirven como pilar fundamental para sentar las bases de las regulaciones en el periodismo y los medios de comunicación. Explicaremos y relacionaremos cada uno:

“Las tecnologías en general y los sistemas de Inteligencia Artificial (IA) en particular deben ser puestas al servicio de las personas. Mejorar la calidad de vida, las condiciones laborales, económicas, de salud y de bienestar general deben ser nuestra prioridad.”

En el periodismo y los medios de comunicación, la IA tiene el potencial de transformar la producción, distribución y consumo de información, ya que puede

mejorar la calidad de vida de las personas proporcionando acceso personalizado y accesible a las noticias, aunque es crucial garantizar la equidad y privacidad en estos procesos.

Además, puede optimizar las condiciones laborales automatizando tareas repetitivas y ofreciendo herramientas de asistencia a los periodistas, pero es esencial supervisar su impacto para evitar la dependencia excesiva y la posible deshumanización del trabajo periodístico.

Económicamente, puede abrir nuevas oportunidades de monetización y optimización de recursos, aunque se debe tener cuidado con los modelos de negocio que prioricen las ganancias sobre la ética y la calidad informativa.

“La implementación de IA debe cumplir con los principios rectores de los Derechos Humanos, respetar y representar diferencias culturales, geográficas, económicas, ideológicas, religiosas entre otras, y no reforzar estereotipos o profundizar la desigualdad.”

El periodismo tiene la responsabilidad de informar de manera justa y precisa. La IA debe cumplir con estos estándares y no perpetuar sesgos o prejuicios que podrían llevar a la discriminación. Los Derechos Humanos incluyen el derecho a la dignidad y la igualdad. Esta tecnología no debe contribuir a la degradación de la dignidad humana ni a la exacerbación de las desigualdades sociales.

Las decisiones algorítmicas en los medios de comunicación pueden tener impactos significativos en la sociedad. Si la IA en el periodismo refuerza estereotipos o profundiza las desigualdades, podría perpetuar injusticias y tensiones sociales.

“El impacto de estas tecnologías en el empleo es un tema ineludible. Una mejora en la productividad debería tener un correlato directo en una mejora

en las condiciones de trabajo y en la calidad del empleo, con especial atención a las poblaciones más vulnerables. Cualquier transformación del mercado laboral debe atender de forma prioritaria la problemática del desempleo y la precarización con medidas proactivas y efectivas."

Al igual que en una gran cantidad de rubros, en el periodismo los trabajadores deberán tener capacitaciones y herramientas adecuadas para utilizar la IA de una forma óptima. Se sostiene también, que, el desempleo debe ser una cuestión a tratar y no desplazar a trabajadores del sector, sino que reubicar y capacitar.

## Recomendaciones de la UNESCO

Hace más de diez años se problematiza a nivel internacional la ética en el uso de la inteligencia artificial y, sobre todo, cuál debía ser la intervención de los estados en su implementación. Uno de los primeros espacios donde se comenzó a discutir la temática fue en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), organismo que contribuye a la paz y la seguridad fomentando la cooperación internacional en materia de educación, ciencias, cultura, comunicación e información.

En noviembre de 2019, los representantes de los Estados Miembros acordaron la Resolución N°40 C/37, reconociendo la creciente importancia de la IA para los países en desarrollo. Se hizo hincapié en la necesidad de que la Directora General elaborara un marco normativo internacional sobre la Ética de la IA en forma de recomendación para su consideración en la reunión 41 (UNESCO, 2021).

En marzo de 2020, se estableció un Grupo Especial de Expertos con el propósito de desarrollar estas recomendaciones. Durante los meses de agosto y

septiembre de 2020, se difundió el borrador de las recomendaciones, y para el año 2021 se publicó la versión final de las Recomendaciones sobre Ética de la Inteligencia Artificial. Este marco fue adoptado por los 193 Estados miembros. La República Argentina es uno de los países que ha respaldado activamente las recomendaciones de la UNESCO, las cuales abordan diversos aspectos fundamentales relacionados con la IA, la ética y los derechos humanos.

La Recomendación de la UNESCO sobre la Ética de la Inteligencia Artificial es el primer marco mundial para el uso ético de la inteligencia artificial. Orienta a los países sobre cómo maximizar los beneficios de la IA y reducir los riesgos que esta conlleva. Para ello, contiene valores y principios, pero también recomendaciones políticas detalladas en todos los ámbitos pertinentes.

Afirma que: "la UNESCO está especialmente preocupada por las cuestiones éticas que plantean estas innovaciones en los ámbitos de la lucha contra la discriminación y los estereotipos, incluidas las cuestiones de género, la fiabilidad de la información, la privacidad y la protección de datos, los derechos humanos y el medio ambiente."(UNESCO, 2023)

Algunos de los principios de la Recomendación:

- **Proporcionalidad e inocuidad:** se deben evaluar los riesgos potenciales y tomar medidas para evitar daños a los humanos.
- **Seguridad y protección:** evitar daños no deseados (riesgos de seguridad) y vulnerabilidades (riesgos de protección). Proteger a las personas, el medio ambiente y los ecosistemas.
- **Equidad y no discriminación:** promover la diversidad, la inclusión, la justicia social y la equidad. Combatir la discriminación en todo el ciclo de vida de los sistemas de IA.

- **Supervisión y decisión humanas:** los humanos mantienen el control final sobre los sistemas de IA. La IA no reemplaza la responsabilidad y rendición de cuentas humanas.
- **Transparencia y explicabilidad:** los sistemas de IA deben ser transparentes y explicables. Las personas deben poder pedir explicaciones a los responsables de la IA.
- **Sensibilización y educación:** educar al público sobre la IA, el valor de los datos y la ética de su uso. Promover la alfabetización mediática e informacional para la participación pública efectiva.

## Propuesta de la Federación Intencionalidad de Periodistas

En abril de 2022, la Federación Internacional de Periodistas (FIP), la mayor organización de periodistas a nivel mundial, que representa a 600.000 profesionales de medios de comunicación en 187 sindicatos, federaciones y asociaciones de más de 140 países, fundada en París en 1926, portavoz de las y los periodistas en el sistema de Naciones Unidas y en el movimiento sindical internacional, refundada bajo su forma actual en 1952 en Bruselas, se pronunció a favor de regular la inteligencia artificial, utilizando Chat GPT como ejemplo.

Argumentaron que los bots conversacionales podrían involuntariamente propagar desinformación y noticias falsas, además de representar una amenaza para el empleo de periodistas al potencialmente reemplazarlos por completo.

Para abordar estas preocupaciones, la FIP propuso una colaboración entre la industria de los medios, empresas tecnológicas y sindicatos de periodistas. Su

objetivo es establecer un marco ético y regulador para el desarrollo de chatbots, asegurando así la estabilidad laboral en el sector de los medios de comunicación.

Estas preocupaciones son producto del análisis realizado por Chat GPT, lo que lleva a la FIP a advertir sobre los riesgos de no establecer normativas adecuadas para estos sistemas. Destacan el papel esencial de los sindicatos de periodistas en la supervisión y acompañamiento de esta tecnología para garantizar su uso responsable y preservar la confianza del público en los medios y los profesionales de la comunicación:

“Aquí es donde el papel de los sindicatos de periodistas se vuelve crítico. Como la voz de la comunidad periodística, los sindicatos pueden desempeñar un papel en la configuración de la regulación y la implementación de chatbots en la industria de los medios. Pueden trabajar con organizaciones de noticias y empresas de tecnología para garantizar que los chatbots se diseñen y operen de manera ética y responsable, con transparencia y precisión como principios rectores clave. Los sindicatos también pueden abogar por la necesidad de invertir en la formación y el desarrollo de los periodistas para ayudarlos a adaptarse a las nuevas tecnologías y garantizar que no se queden atrás.” (FIP, 2023)

## La Unión Europea ratifica la primera ley IA del mundo

El Reglamento de Inteligencia Artificial de la UE marca un hito histórico al ser la primera legislación en el mundo dedicada específicamente a la inteligencia artificial. Su propósito principal es asegurar la seguridad de los sistemas y garantizar

que cumplan con la legislación, así como con los derechos y valores fundamentales de la Unión Europea.

La Oficina Europea de Inteligencia Artificial es el centro de conocimientos especializados sobre IA en toda la UE. Desempeña un papel fundamental en la aplicación de la Ley de IA, especialmente en el caso de la IA de uso general, fomentando el desarrollo y el uso de una IA fiable y la cooperación internacional, todas las actividades se pueden consultar en su sitio Web.

En marzo de 2024, la ley fue respaldada por una gran mayoría en el Parlamento Europeo, con 523 votos a favor, 46 en contra y 49 abstenciones, lo que resultó en su aprobación. La Comisión Europea, que es el órgano ejecutivo de la Unión Europea, presentó en abril de 2021 un proyecto de ley sobre el uso de la inteligencia artificial, considerado único a nivel mundial.

Dado que es la primera iniciativa legislativa de su clase, este reglamento podría establecer un estándar global para regular la inteligencia artificial en otras jurisdicciones, de manera similar a cómo el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) influyó en la regulación de la privacidad de los datos. Esto promovería el enfoque europeo de la regulación tecnológica a nivel mundial.

Su objetivo es alcanzar un enfoque global que tenga como principales pilares **la ética, seguridad y confiabilidad**. Su lema es: "A mayor riesgo, normas más estrictas" (Consejo de la Unión Europea, 2024). Aun así, los legisladores de la Unión Europea no pretenden restringir en su totalidad el uso de las nuevas tecnologías, sino más bien regular su uso y fomentar la inversión y la innovación en inteligencia artificial dentro de la UE, así como facilitar la creación de un mercado único para sus aplicaciones.

Estos son los niveles que presenta la Nueva Normativa de la UE, evaluando según el riesgo:

- **Riesgo mínimo o nulo:** Hace referencia a los videojuegos o filtros de correo no deseado (spam). La mayoría de los sistemas que no representan riesgos pueden

continuar siendo utilizados sin estar sujetos a regulaciones por parte del Reglamento de Inteligencia Artificial de la UE, y este reglamento no tendrá impacto en ellos.

- **Riesgo limitado:** Se trata de los robots conversacionales (como ChatGPT): estos estarán sujetos a requisitos de transparencia mínimos, como la revelación de que su contenido ha sido generado por IA, para que los usuarios puedan tomar decisiones informadas sobre su utilización posterior. **Esta medida impactaría notablemente en el periodismo ya que obligaría a los medios de comunicación a tener que ser transparentes con las fuentes sobre el uso de la IA.**
- **Riesgo Alto:** Hace referencia a la IA aplicada a los ámbitos del transporte, la evaluación de exámenes, contratación de personal o a los algoritmos que determinan por ejemplo, a quién conceder un préstamo y a quién no. Con respecto a esto, una amplia gama de sistemas de inteligencia artificial con riesgos significativos será permitida, pero sólo después de cumplir con una serie de requisitos y obligaciones para poder ingresar al mercado de la Unión Europea.
- **Riesgo Inaceptable:** Algunos casos de utilización de inteligencia artificial representan riesgos considerados inaceptables, por lo tanto, serán prohibidos en la Unión Europea. Estos incluyen la manipulación cognitiva conductual, la aplicación policial predictiva, el reconocimiento de emociones en entornos laborales y educativos, así como la evaluación ciudadana. También se vetarán los sistemas de identificación biométrica a distancia, como el reconocimiento facial, con unas pocas excepciones.

**Se puede consultar amplia información sobre las iniciativas de la UE en su sitio web <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es>**



## En Argentina

La Subsecretaría de Tecnologías de la Información (Desde 2024, Subsecretaría de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), dependiente de la Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología, aprobó en junio 2023 las "Recomendaciones para una Inteligencia Artificial Fiable". Con esta iniciativa, nuestro país busca garantizar el desarrollo responsable y beneficioso de la IA fortaleciendo el ecosistema científico y tecnológico.

El documento, está dirigido principalmente a quienes formen parte del sector público, resume una serie de principios éticos que deben guiar el desarrollo e implementación de IA. Luego, elabora ciertas recomendaciones específicas a tener en cuenta en cada etapa del ciclo de vida de estas tecnologías.

"Para evitar caer en antropomorfismos que podrían dificultar eventuales regulaciones y/o atribuciones equivocadas, resulta importante establecer la concepción de las inteligencias artificiales como artificios, es decir, como tecnología, una cosa, un medio artificial para lograr objetivos humanos pero que no deben confundirse con una persona humana. Es decir, el algoritmo puede ejecutar, pero la decisión debe necesariamente recaer sobre la persona y por lo tanto, también la responsabilidad." (Secretaría de Innovación Pública, 2023, p 10).

En la región, el panorama es similar, con proyectos presentados en Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica y Perú, entre otros países.

En Brasil, el presidente Lula Da Silva solicitó al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CCT) la elaboración de un Plan de Inteligencia Artificial. De hecho, expresó su intención de presentarlo al mundo durante la 79ª Sesión de la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre.

## V. Conclusiones

El proceso de elaboración de este trabajo se vió atravesado por una constante actualización tecnológica y de debate social. Día a día surgían nuevas noticias, avances y debates sobre la IA, lo que requirió de una constante revisión de fuentes, bibliografía y otros materiales.

Al momento de comenzar la investigación, partimos de un conocimiento vago de la IA en el periodismo. Uno de los puntos que llamó nuestra atención, es el casi nulo conocimiento de los trabajadores de la comunicación respecto a los posibles usos de herramientas en el campo. Al igual que ellos, nosotros también reconocíamos a ChatGPT como la única posibilidad. Sin embargo, encontramos una variedad de usos que no solo se limitaban a la creación de texto, imágenes, audio o video.

Otra de las revelaciones fue encontrar medios de comunicación que ya utilizan desde hace varios años la IA en su flujo diario, no solo para generar noticias sino también para realizar profundos análisis de datos que permitieran segmentar y personalizar el contenido según los gustos de la audiencia.

Al consultar con los profesionales, nos dimos cuenta de que muchos la consideraban una herramienta facilitadora. Sin embargo, expresaron su preocupación por una posible pérdida de puestos de trabajo.

Desconocíamos también la existencia de propuestas para su regulación o recomendaciones para su uso. Encontramos interesante que a nivel nacional, continental y global se le esté dando importancia. Los profesionales que consultamos dieron cuenta de esto, al mostrarse interesados sobre el marco legal.

Si bien la IA abre un mundo de posibilidades para el periodismo, también presenta desafíos, nos encontramos con el "lado B" de la IA: sesgos, alucinaciones y facilitación para crear noticias falsas.

Esta tecnología tiene el potencial de mejorar el periodismo con infinitas posibilidades, puede ayudar a los periodistas a recopilar información de manera más rápida, analizar grandes cantidades de datos y producir contenido más atractivo.

Basándonos en nuestra investigación y los resultados de la encuesta desarrollada, consideramos que las máquinas, o los algoritmos, son buenas para realizar tareas repetitivas y rutinarias que impliquen redactar, corregir y clasificar. Mientras, los periodistas son buenos para sacar a la luz temas de interés público, aportar contexto y equilibrar fuentes. Estos, sobrepasan en su capacidad de lidiar con fuentes humanas y de obtener de ellas las piezas clave para reconstruir una historia. La crítica y opinión también son terrenos donde los periodistas se desenvuelven mejor.

Las noticias falsas no son el resultado directo de la IA. Las computadoras carecen de la capacidad de razonamiento necesario para discernir lo moralmente correcto de lo incorrecto. La creación y propagación de desinformación es una actividad inherentemente humana, motivada por intereses particulares e ideológicos. Sin embargo, la IA puede ser utilizada como una herramienta para amplificar o distribuir.

Hallamos que en nuestro país hay pocas vías de educación y capacitación frente a la IA, y las instituciones que incluyen en sus planes de estudio, le dan un enfoque únicamente técnico (por ejemplo, Ingenierías).

Si bien, algunos colectivos y organizaciones generaron guías dirigidas a periodistas, las universidades e instituciones podrían ampliar la reflexión crítica sobre su uso. Por ejemplo, se deben discutir los criterios para la utilización de

resúmenes o imágenes generadas con estas herramientas; o establecer pautas para que no reproduzcan estereotipos, así como incorporar los procesos de verificación de datos.

La regulación de la IA en el periodismo es un tema complejo, pero es importante abordarlo. Esta tecnología tiene el potencial de revolucionar el periodismo, pero se debe garantizar el uso social responsable. Es necesario un debate abierto y participativo para desarrollar una regulación que sea efectiva y que proteja los derechos de todos los ciudadanos.

En el caso de los medios de comunicación se deberían establecer protocolos de verificación de datos, que tendrían que revisar absolutamente todo lo que sea generado por la IA antes de ser publicado.

Para resguardar el empleo y mejorar las condiciones laborales se debería capacitar al personal para cumplir con las exigencias y desafíos de otras funciones conforme al avance de las nuevas tecnologías.

El futuro del periodismo dependerá de la capacidad de los Medios para adaptarse a este nuevo entorno digital. Es un desafío, pero también una oportunidad para reinventarse. En lugar de temor, capacitación.

La IA puede replicar sesgos de género, raciales, demográficos, estrato social, entre otros, una regulación en el campo puede ayudar a evitar este tipo de discriminaciones y estigmatizaciones. A través de auditorías se podría entender de dónde provienen los datos con los que los sistemas de IA trabajan, y detectar cualquier comportamiento sesgado. Los medios de comunicación deberían estar obligados a informar sobre el uso de la IA en cada contenido que se emite al público (como lo establece la legislación Europea).

Esa misma regulación puede ayudar a proteger la privacidad de los usuarios y garantizar que sus datos no se utilicen sin su consentimiento.

La clave estará en encontrar un equilibrio entre la automatización y la intervención humana, utilizando la IA como una herramienta para potenciar el trabajo de los periodistas, nunca para reemplazarlos. La creatividad, el análisis crítico y la capacidad de contar historias seguirán siendo habilidades esenciales para los periodistas del futuro.

La inteligencia artificial emerge como la tercera ola de transformación en la comunicación digital, sucediendo a la revolución de internet que democratizó el acceso a la información, dio lugar a nuevos formatos y desafíos, como la sobreabundancia de datos. La segunda ola, protagonizada por las redes sociales, impulsó la interactividad, la viralidad y la participación, pero también trajo consigo la propagación de noticias falsas y la polarización.

La transformación de la comunicación digital no deja de sorprendernos, los acelerados avances de la IA nos llevaron a incluir más temas, pero también a discernir que otros debían quedar de lado, imposibles de abarcar en un trabajo de esta envergadura.

Las herramientas de generación de lenguaje (Chat GPT, Gemini, otras) tienen una capacidad de lectura que agota las existencias de todas las bibliotecas digitales. Los portales de noticias comenzaron a bloquear el acceso a sus lecturas, no sólo para ejercer sus derechos de autor, sino para buscar nuevas fuentes de ingreso. En los últimos días se incluyeron símbolos y se incorporó un asistente a Whatsapp. La empresa OpenAI anunció el lanzamiento de su "superbuscador", para enfrentarse con el resumen que genera Google, a través de su propia IA, y que antecede a las búsquedas que está modificando nuestra forma de acceso a los sitios y las fuentes directas de información.

En contraposición, una actualización de la empresa de ciberseguridad CrowdStrike apagó 8 millones de ordenadores, una simple actualización informática desató el caos por todo el planeta, con hospitales fuera de servicio, pasajeros sufriendo colas y cancelaciones de vuelos y trenes, bancos funcionando a la mitad de su capacidad y los pagos por aplicaciones suspendidos temporalmente. Todo por un antivirus muy extendido que, en su última actualización, bloqueaba el sistema operativo de Microsoft, uno de los más usados del mundo<sup>35</sup>.

Rastreando en nuestras raíces podemos leer las posturas de Marshall McLuhan donde analiza la irrupción de la televisión, o revisar las posturas de Raymond Williams ante las tecnologías, que como se afirma comparativamente con las tecnologías digitales, como "revolucionarias en el momento de su aparición", justamente por "ser creadora o posibilitadora de nuevas prácticas sociales, procesos productivos de circulación y de consumo". Afirmando la postura de que: "Se puede decir que lo que ha alterado nuestro mundo no es la televisión, ni la radio, ni la imprenta como tales, sino los usos que se les da en cada sociedad" (Williams, 2012).

En el momento de cerrar estas conclusiones entró en vigor la **Ley Europea de Inteligencia Artificial (Ley de IA)**, el primer Reglamento global sobre inteligencia artificial del mundo. La Ley de IA está diseñada para garantizar que la IA desarrollada y utilizada en la UE sea fiable, con salvaguardias para proteger los derechos fundamentales de las personas. El Reglamento tiene por objeto establecer un mercado interior armonizado para la IA en la UE, fomentando la adopción de esta tecnología y creando un entorno propicio para la innovación y la inversión.

Los Estados miembros tienen de plazo hasta el 2 de agosto de 2025 para designar a las autoridades nacionales competentes, que supervisarán la aplicación y

---

<sup>35</sup> **Pascual. M. G. (19 de julio de 2024)**. Un apagón informático masivo tumba servicios esenciales e infraestructuras críticas por todo el mundo. El País.  
<https://elpais.com/tecnologia/2024-07-19/un-fallo-de-microsoft-provoca-incidencias-a-nivel-global-en-aerolineas-bancos-y-otros-sistemas.html>

llevarán a cabo actividades de vigilancia del mercado. La *Oficina de IA de la Comisión* será el principal organismo de aplicación a escala de la UE, así como la autoridad responsable de la aplicación de las normas relativas a los modelos de IA de uso general.

Tres órganos consultivos apoyarán la aplicación de las normas. El *Comité Europeo de Inteligencia Artificial* garantizará una aplicación uniforme de la Ley de IA en todos los Estados miembros de la UE y actuará como principal órgano de cooperación entre la Comisión y los Estados miembros. Un grupo científico de expertos independientes ofrecerá asesoramiento técnico y aportaciones sobre la aplicación de la normativa. En particular, este panel puede emitir alertas a la Oficina de IA sobre los riesgos asociados a los modelos de IA de uso general. La Oficina de IA también puede recibir orientación de un foro consultivo compuesto por un conjunto diverso de partes interesadas.

También contempla la posibilidad de imponer multas a las empresas que no cumplan las normas, que podrían ascender hasta el 7 % del volumen de negocios anual mundial por infracciones de aplicaciones prohibidas de IA, hasta el 3 % por incumplimiento de otras obligaciones y hasta el 1,5 % por el suministro de información incorrecta.

Cerrando las conclusiones, pero con una ventana abierta hacia las próximas novedades sobre las herramientas de inteligencia artificial, nos gustaría retomar palabras de Néstor García Canclini (2019) cuando testimonia la creación de circuitos y plataformas de integración, pero también advierte que el proceso de convergencia digital multimedia fue dejado casi enteramente en manos de megaempresas, sin aprovechar las oportunidades que ofrece para horizontalizar la comunicación, extender la distribución de los bienes culturales y propiciar la participación ciudadana en las decisiones públicas: "Ahora los beneficios de la conectividad global y veloz vienen fatalmente con la infiltración en las pantallas personales. de quienes comercializan nuestros usos de las redes".

El autor afirma que asumimos como "al reformatear el poder económico-político, redefinen el sentido social: los hábitos, el significado del trabajo y el consumo, la comunicación y el aislamiento de las personas".

Volviendo sobre los algoritmos, García Canclini (2019) sostiene que: "Las palabras se transforman en signos de búsqueda y se articula algorítmicamente en un panóptico electrónico para el mercado, porque la información que damos a los buscadores sobre nuestros comportamientos, deseos y opiniones, nos convierte en insumos mercantilizados", y también lo aclara: "Nuestros diferentes modos de pensar, sentir, producir, consumir y tomar decisiones, se estarían volviendo agrupables y comparables al convertirlos en algoritmos".

Estas prácticas sociales, en este caso a través de los medios digitales, son una acción colectiva que intentamos analizar con una mirada crítica que aumente sus perspectivas, y nos deje un resguardo de inspiración para cambiar las relaciones de poder, que se transformen en una acción colectiva, que minimice las desigualdades sociales y por ende las culturales.



## ***Bibliografía y referencias***

**Adami, M. (4 de junio de 2024).** How Norway's public broadcaster uses AI-generated summaries to reach younger audiences. Reuters Institute.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-norways-public-broadcaster-uses-ai-generated-summaries-reach-younger-audiences>

**Adobe (2023).** ¿Qué es la IA generativa y cómo funciona?

<https://www.adobe.com/ar/products/firefly/discover/how-generative-ai-work.html>

**Ali, W. & Hassoun, M. (2019)** Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC), vol 5, no. 1, 2019, pp. 41 doi:

<https://www.arcjournals.org/pdfs/ijmjmc/v5-i1/4.pdf>

**Alonso, M (10 de mayo de 2024).** Robótica y digitalización, decisivas en el sector packaging. Automática e Instrumentación.

<https://www.automaticaeinstrumentacion.com/texto-diario/mostrar/4827759/robotica-digitalizacion-decisivas-sector-packaging>

**Amazon Web Services (s.f.).** ¿Qué es GPT (Generative Pre-trained Transformer)?

Consultado en Febrero de 2024 de <https://aws.amazon.com/es/what-is/gpt/>

**Asociación de Medios de Información (28 de julio de 2016).** Washington Post lanza su bot de mensajería en Facebook.

<https://www.ami.info/washington-post-lanza-bot-mensajeria-facebook.html>

**Associated Press (2017).** The future of augmented journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines.

[https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap\\_insights\\_the\\_future\\_of\\_augmented\\_journalism.pdf](https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap_insights_the_future_of_augmented_journalism.pdf)

**Associated Press (s.f.)** Artificial intelligence.

<https://www.ap.org/solutions/artificial-intelligence/>

**BBC News (2014).** Quakebot: el robot periodista que cubre terremotos.

<https://www.bbc.com/news/technology-26614051>

**BBVA OpenMind (19 de octubre de 2017).** Los secretos del reconocimiento facial.

<https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/futuro/los-secretos-del-reconocimiento-facial/>

**Beckett, C., & Yaseen, M. (2023).** Generando el cambio: Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA. JournalismAI.

[https://static1.squarespace.com/static/64d60527c01ae7106f2646e9/t/65099995bcb5e0145c90d9a2/1695127958985/Generating+Change+\\_+The+Journalism+AI+report+\\_+Spanish.pdf](https://static1.squarespace.com/static/64d60527c01ae7106f2646e9/t/65099995bcb5e0145c90d9a2/1695127958985/Generating+Change+_+The+Journalism+AI+report+_+Spanish.pdf)

**Boden, M. A. (2017).** Inteligencia Artificial.

**Bloomberg (s.f.).** Automatización de trades con estrategias disruptivas  
Soluciones de trading a través de algoritmos.

<https://www.bloomberg.com/latam/automation/>

**Bloomberg News (s.f.).** Bloomberg delivers business and markets news, data, analysis, and video to the world, featuring stories from Businessweek and Bloomberg News. <https://www.bloomberg.com/>

**Brandwatch (s.f.).** Digital Consumer Intelligence.

<https://www.brandwatch.com/es/platform/>

**Carballo, P. (17 de marzo de 2023).** Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina. Centro interdisciplinario de Estudios en Ciencia Tecnología e Innovación.

<https://www.ciecti.org.ar/declaracion-de-montevideo-sobre-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-america-latina%E2%82%AC%80/>

**CEPAL (10 de marzo de 2023).** Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina. Montevideo . Tomada de

<https://biblioguias.cepal.org/gobierno-digital/inicio-novedades/Encuentro-Latinoamericano-sobre-Inteligencia-Artificial>

**ChatGPT (s.f.).** ChatGPT. Consultado en Febrero 2024 de <https://chat.openai.com/>

**ClaimBuster (s.f.).** ClaimBuster | Automated Live Fact-Checking.

<https://idir.uta.edu/claimbuster/>

**Claude (s.f.).** ClaudeAI. <https://claude.ai/>

**Clayton, J. (13 de abril de 2022).** La controvertida tecnología que usa Ucrania para identificar a los muertos y enemigos en la guerra. BBC News.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-61096583>

**Consejo de la Unión Europea (2024).** Política de Inteligencia Artificial.

<https://www.consilium.europa.eu/es/policies/artificial-intelligence/>

**DALL·E2 (s.f.).** DALL·E 2 | OpenAI. <https://openai.com/index/dall-e-2/>

**Dastin, J. (10 de octubre de 2018)** Insight - Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women. Reuters.

<https://www.reuters.com/article/us-amazon-com-jobs-automation-insight-idUSKCN1MK08G/>

**Defensoría del Público (2023).** Los derechos de las audiencias en entornos digitales: mapa regulatorio, propuestas e iniciativas en América Latina y Europa.

<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2023/09/defe-libro-regulacion-digital-ok.pdf>

**Deutsche Welle (DW) (13 de marzo de 2024).** Parlamento de la UE ratifica la primera ley de IA del mundo.

<https://www.dw.com/es/parlamento-de-la-ue-ratifica-la-primera-ley-de-inteligencia-artificial-del-mundo/a-68512264>

**Deutsche Welle (DW) (9 de diciembre de 2022).** ChatGPT: el bot viral y futuro de la IA que podría cambiarlo todo.

<https://www.dw.com/es/chatgpt-el-bot-viral-y-futuro-de-la-ia-que-podr%C3%ADa-cambiarlo-todo/a-64052465>

**Dircomfidencial. (9 de agosto de 2016).** The Washington Post utiliza robots para cubrir la información de los Juegos Olímpicos.

<https://dircomfidencial.com/internet/the-washington-post-utiliza-robots-para-cubrir-la-informacion-de-los-juegos-olimpicos-20160809-0402/>

**Díaz, E. (2007)** Metodología en las Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina, Edit. Biblos.

**Educ.AR (2024).** Sesgos, citas falsas y alucinaciones: fallas en la inteligencia artificial. Recuperado en junio de 2024 de

<https://www.educ.ar/recursos/159082/sesgos-citas-falsas-y-alucinaciones-fallas-en-la-ia>

**ElevenLabs.io (s.f.)**. ElevenLabs: Free Text to Speech & AI Voice Generator.

<https://elevenlabs.io/>

**European Comission (s.f.)**. European AI Office

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/ai-office>

**Federación de Sindicatos de Periodistas (14 de abril de 2023)**. La FIP advierte de los riesgos de la inteligencia artificial para el derecho a la información.

<https://fesperiodistas.org/la-fip-advierte-de-los-riesgos-de-la-inteligencia-artificial-par-a-el-derecho-a-la-informacion/>

**Federación Internacional de Periodistas (s.f.)**. La voz global de las y los periodistas. <https://www.ifj.org/es/quien/acerca-de-la-fip>

**Ferrante, E. (2021)**. Inteligencia Artificial y sesgos algorítmicos ¿Por qué deberían importarnos? <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2021/no294/3.pdf>

**Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (28 de mayo de 2024)**. What does the public in six countries think of generative AI in news? Reuters Institute. DOI: 10.60625/risj-4zb8-cg87

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/what-does-public-six-countries-think-generativ-e-ai-news#header--1>

**García Avilés, J. A. (2 de noviembre de 2019)**. El impacto de la inteligencia artificial en el periodismo. Revista de Innovación en Periodismo.

<https://mip.umh.es/blog/2019/11/02/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo/>

**García Canclini, N. (2019)**. Ciudadanos reemplazados por algoritmos.

[http://www.calas.lat/sites/default/files/garcia\\_canclini.ciudadanos\\_reemplazados\\_por\\_algoritmos.pdf](http://www.calas.lat/sites/default/files/garcia_canclini.ciudadanos_reemplazados_por_algoritmos.pdf)

**García Canclini, Néstor**. La cultura digital cambia la lectura y los modos de estudiarla. Entrevista de Carlos Scolari (2019).

<https://hipermediaciones.com/2019/09/19/entrevista-a-nestor-garcia-canclini-la-cultura-digital-cambia-la-lectura-y-los-modos-de-estudiarla/>

**Garner, D. (1 de mayo de 2023).** Aidan Marchine: Death of an Author. The New York Times.

<https://www.nytimes.com/2023/05/01/books/aidan-marchine-death-of-an-author.html>

**González Frígoli, M., & Racioppe, B. (2015).** Investigación y formación en comunicación en los nuevos territorios digitales. Oficios Terrestres, 1(33), 39–49.

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2634>

**Google (22 de noviembre de 2023).** Privacidad en Gemini. Soporte de Google. Consultado en Junio del 2024

[https://support.google.com/gemini/answer/13594961?visit\\_id=638483678326651773-2672553168&p=privacy\\_help&rd=1](https://support.google.com/gemini/answer/13594961?visit_id=638483678326651773-2672553168&p=privacy_help&rd=1)

**Google (s.f.).** Gemini - Chatea para dar rienda suelta a tus ideas.

<https://gemini.google.com/?hl=es>

**Google Cloud (s.f.)** IA de Speech-to-Text: reconocimiento y transcripción de voz.

<https://cloud.google.com/speech-to-text/>

**Google Cloud (2024).** ¿Qué es la IA generativa y cuáles son sus aplicaciones? Consultado en Febrero de 2024 de

<https://cloud.google.com/use-cases/generative-ai?hl=es#how-it-works>

**Google Journalist Studio (s.f.)** A collection of tools to empower journalists to do their work more efficiently, creatively, and securely.

<https://journaliststudio.google.com/>

**Google News Initiative (s.f.)** Google Fact Check Tools.

[https://newsinitiative.withgoogle.com/es-mx/resources/trainings/google-fact-check-to-ols/](https://newsinitiative.withgoogle.com/es-mx/resources/trainings/google-fact-check-tools/)

**Google Pinpoint (s.f.)** Pinpoint: A research tool for journalists.

<https://journaliststudio.google.com/pinpoint/about/>

**Google Workspace (s.f.)** Haz realidad tus ideas con Gemini para Google Workspace. [https://workspace.google.com/intl/es-419\\_ar/solutions/ai/](https://workspace.google.com/intl/es-419_ar/solutions/ai/)

**Gosman, E. (21 de abril de 2024).** La inteligencia artificial ofrece infinitas posibilidades, pero también grandes riesgos. Perfil.

<https://www.perfil.com/noticias/internacional/la-inteligencia-artificial-ofrece-infinitas-posibilidades-pero-tambien-grandes-riesgos.phtml>

**Granieri, M. (5 de marzo de 2023).** ¿Qué es la inteligencia artificial generativa?. OBS Business School.

<https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-inteligencia-artificial-generativa>

**Hassabis, D. (14 de mayo de 2024).** Gemini abre nuevos caminos: Un modelo más rápido, un contexto más amplio y asistentes de IA. Blog Google.

<https://blog.google/intl/es-419/actualizaciones-de-producto/informacion/gemini-abre-nuevos-caminos-un-modelo-mas-rapido-un-contexto-mas-amplio-y-asistentes-de-ia/>

**Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo.** 15/07/2024

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

**Igarza, R. (2009)** Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural, La Crujía.

[https://issuu.com/panitoledo/docs/burbujas\\_de\\_ocio](https://issuu.com/panitoledo/docs/burbujas_de_ocio)

**Jasper (s.f.).** Jasper | Copiloto de IA para equipos de marketing empresarial.

<https://www.jasper.ai/>

**JournalismE** a global initiative that empowers news organisations to use artificial intelligence responsibly. (Consultado en Marzo de 2024).

<https://www.journalismai.info/>

**Laboratorio de Periodismo. (7 de enero de 2019).** Bertie: el CMS basado en inteligencia artificial con el que Forbes ha duplicado su audiencia.

<https://laboriodedeperiodismo.org/bertie-el-cms-basado-en-inteligencia-artificial-con-el-que-forbes-ha-duplicado-su-audiencia/>

**Laboratorio de Periodismo. (19 de marzo de 2024).** Inteligencia artificial en los medios de comunicación: reajuste más que revolución

<https://laboriodedeperiodismo.org/inteligencia-artificial-en-los-medios-de-comunicacion-reajuste-mas-que-revolucion>

**Laboratorio de Periodismo. (s.f.).** Inteligencia artificial: ¿Para qué puede usarse en periodismo y qué están haciendo los medios?

<https://laboriodedeperiodismo.org/inteligencia-artificial-para-que-puede-usarse-en-periodismo-y-que-estan-haciendo-los-medios/>

**Lee, A. (29 de marzo de 2023).** ¿Para qué se Utilizan los Grandes Modelos de Lenguaje? NVIDIA.

<https://la.blogs.nvidia.com/2023/03/29/para-que-se-utilizan-los-grandes-modelos-de-lenguaje/>

### **Ley Europea de Inteligencia Artificial - Legislación 02/08/2024**

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>

**Limón, R. (6 de diciembre de 2023).** Google lanza Gemini, un modelo de inteligencia artificial capaz de superar a los humanos en comprensión del lenguaje multitarea. El País.

<https://elpais.com/tecnologia/2023-12-06/google-lanza-gemini-un-modelo-de-inteligencia-artificial-capaz-de-superar-a-los-humanos-en-comprension-del-lenguaje-multitarea.html>

**Liuzzi, Á. (2024).** Periodismo IA: Guía para la integración de inteligencia artificial en trabajos periodísticos y medios de comunicación. Redacciones 5G, Telecom Argentina. <https://institucional.telecom.com.ar/prensa/redacciones/periodismo-ia>

**Los Angeles Times. (s.f.).** Quakebot. (05/08/2024)

<https://www.latimes.com/people/quakebot>

**Maluenda, R. (21 de enero de 2021).** ¿Qué es un algoritmo informático? Profile.

<https://profile.es/blog/que-es-un-algoritmo-informatico/>

**Manfredi Sánchez, J. L., & Ufarte Ruiz, M. J. (2020).** Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 124, 49-72. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>

**McLuhan, M. & Powers, B. R. (2011 Reedición)** La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales del siglo XXI. Madrid. España. Paidós

**McLuhan, M. (2017 Reedición)** Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Madrid, España Ediciones Paidós.

**Microsoft Copilot (s.f.).** Su complemento de IA para el día a día.

<https://copilot.microsoft.com/>

**Microsoft Power BI. (s.f.).** Power BI Desktop: informes interactivos.

<https://powerbi.microsoft.com/es-es/desktop/>

**Microsoft Prensa (21 de septiembre de 2023).** Llega Microsoft Copilot, el compañero de inteligencia artificial para el día a día. Microsoft.



<https://news.microsoft.com/es-es/2023/09/21/llega-microsoft-copilot-el-companero-de-inteligencia-artificial-para-el-dia-a-dia/>

**Midjourney. (s.f.).** Midjourney. <https://www.midjourney.com/>

**Milenio. (13 de marzo de 2019).** Arrancó la era de los robots periodistas. <https://www.milenio.com/tecnologia/mas-tecnologia/arranco-la-era-de-los-robots-periodistas>

**Miller, R. (29 de enero de 2015).** How robots are taking over financial journalism. The Verge.

<https://www.theverge.com/2015/1/29/7939067/ap-journalism-automation-robots-financial-reporting>

**Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación (2024).** ¿Cómo reconozco una noticia falsa? Consultado en Junio 2024

<https://www.argentina.gob.ar/justicia/convosenlaweb/situaciones/como-reconozco-una-noticia-falsa>

**OpenAI (2024).** ¿Qué es Chat GPT, cómo funciona y a quién está destinado? [Respuesta de inteligencia artificial]. OpenAI. <https://openai.com/chatgpt>

**OpenAI. (s.f.).** <https://openai.com/>

**Oremus, W. (17 de marzo de 2014).** The First News Report on the L.A. Earthquake Was Written by a Robot. Slate.

<https://slate.com/technology/2014/03/quakebot-los-angeles-times-robot-journalist-writes-article-on-la-earthquake.html>

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.).** El mandato y la misión de la UNESCO en resumen.

<https://www.unesco.org/es/brief>

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (14 de Agosto de 2019)** Innovaciones de la inteligencia artificial para afrontar problemáticas sociales.

<https://www.unesco.org/es/articulos/innovaciones-de-la-inteligencia-artificial-para-afrontar-problematicas-sociales>



**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022).** Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial.

[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa)

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (30 de Marzo de 2023).** Inteligencia artificial: la UNESCO pide a los gobiernos que apliquen sin demora el marco ético mundial.

<https://www.unesco.org/es/articulos/inteligencia-artificial-la-unesco-pide-los-gobiernos-que-apliquen-sin-demora-el-marco-etico-mundial>

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2024)** «De todas formas, tu opinión no importa» Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios. ISBN 978-92-3-300223-4.

**Otter.ai (s.f.)** Otter.ai - AI Meeting Note Taker & Real-time AI Transcription.

<https://otter.ai/>

**Palou, N. (26 de mayo de 2017).** Por qué el mundo necesita cada vez más superordenadores. El País.

[https://elpais.com/tecnologia/2017/05/22/actualidad/1495445335\\_472343.html](https://elpais.com/tecnologia/2017/05/22/actualidad/1495445335_472343.html)

**Planas Bou, C. (23 de febrero de 2024).** Google retira su IA Gemini por crear imágenes de nazis racializados. El Periódico.

<https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20240223/google-retira-ia-gemini-inteligencia-artificial-nazis-imagenes-chatgpt-98552506>

**Portal oficial del Estado argentino (2 de junio de 2023).** Argentina aprobó una guía para una Inteligencia Artificial ética y centrada en las personas.

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/argentina-aprobo-una-guia-para-una-inteligencia-artificial-etica-y-centrada-en-las-personas>

**Prodigioso Volcán. (2023).** Inteligencia Artificial para periodistas. Consultado en marzo de 2024. <https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/>

**Página 12. (22 de diciembre de 2019).** Cómo funciona el sistema.

<https://www.pagina12.com.ar/237913-como-funciona-el-sistema>

**Racioppe, B. & Cáneva, V. (compiladores) 2019.** (Re)pensar la comunicación digital Antecedentes teóricos, experiencias e imaginarios, Editorial de la Universidad

Nacional de La Plata (EDULP), Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) ISBN: 978-950-34-1800-0 <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/80859>

**Raquel Maluenda; Profile.es. (21 de enero de 2021).** ¿Qué es un algoritmo informático? Profile.es. <https://profile.es/blog/que-es-un-algoritmo-informatico/>

**Sadin, É. (2017).** La humanidad aumentada: la administración digital del mundo. Caja Negra.

[https://cajanegraeditora.com.ar/wp-content/uploads/2018/12/La.humanidad\\_Sadin\\_CajaNegra.pdf](https://cajanegraeditora.com.ar/wp-content/uploads/2018/12/La.humanidad_Sadin_CajaNegra.pdf)

**Sadin, É. (2020).** La Silicolonización del mundo: la irresistible expansión del liberalismo digital. Fragmento: "El advenimiento de una 'industria de la vida'".

[https://cajanegraeditora.com.ar/wp-content/uploads/2018/12/Silicolonizacion\\_Sadin-CajaNegra.pdf](https://cajanegraeditora.com.ar/wp-content/uploads/2018/12/Silicolonizacion_Sadin-CajaNegra.pdf)

**Salaverría, R. (2016).** Ciberperiodismo en Iberoamérica. Fundación Telefónica Grupo Planeta España.

**Salazar, I. (2018).** Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo. Doxa Comunicación, 27, pp. 295-315. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a15>

**Santos, E. (1 de abril de 2023).** ¿Por qué nos hemos creído la foto del Papa con el abrigo blanco? El País.

<https://elpais.com/tecnologia/2023-04-01/por-que-nos-hemos-creido-la-foto-del-papa-con-el-abrigo-blanco.html>

**SAP (2023).** ¿Qué es el aprendizaje automático?.

<https://www.sap.com/latinamerica/products/artificial-intelligence/what-is-machine-learning.html>

**Sautu, R. (2005).** Manual de metodología, Buenos Aires, Argentina, CLACSO.

**Schwencke, K. (17 de marzo de 2014).** Earthquake aftershock: 2.7 quake strikes near Westwood. Los Angeles Times.

<https://www.latimes.com/local/lanow/earthquake-27-quake-strikes-near-westwood-california-rdivor-story.html>

**Scolari, C. (2008)** Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

<https://fhu.unse.edu.ar/carreras/comunicacionymedios/Libro-Scolary.pdf>

**Scolari, C. (2018)** Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología, Barcelona, España: Gedisa.

**Secretaría de Innovación Pública (2023)**. Recomendaciones para una inteligencia artificial fiable. Jefatura de Gabinete de Ministros, Argentina.

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/06/recomendaciones\\_para\\_una\\_inteligencia\\_artificial\\_fiable.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/06/recomendaciones_para_una_inteligencia_artificial_fiable.pdf)

**Shapiro, A. (12 de diciembre de 2022)**. Nace un nuevo enemigo en la educación: el último chatbot con inteligencia artificial parece serlo. Forbes Argentina.

<https://www.forbesargentina.com/innovacion/nace-nuevo-enemigo-educacion-ultimo-chatbot-inteligencia-artificial-parece-serlo-n26330>

**Slate (2014)**. Quakebot: el robot periodista de Los Angeles Times escribe un artículo sobre el terremoto de Los Ángeles. Recuperado de

<https://slate.com/technology/2014/03/quakebot-los-angeles-times-robot-journalist-writes-article-on-la-earthquake.html>

**SmartStory.ai (s.f.)** Smart Story AI - SEO tool. <https://smartstory.ai/>

**Smith-Goodson, P. (13 de febrero de 2023)** Cómo novedosa investigación de IBM promete revolucionar producción de fármacos con inteligencia artificial. Forbes Argentina.

<https://www.forbesargentina.com/daily-cover/como-novedosa-investigacion-ibm-promete-revolucionar-produccion-farmacos-inteligencia-artificial-n29423>

**Stanford University (s.f.)**. What is AI? / Basic Questions. Professor John McCarthy Father of AI. <http://jmc.stanford.edu/artificial-intelligence/what-is-ai/index.html>

**Tableau (s.f.)**. Tableau | Software de análisis e inteligencia de negocios. <https://www.tableau.com/>

**Talkwalker (s.f.)**. Inteligencia artificial.

<https://www.talkwalker.com/es/artificial-intelligence>

**TecnoXplora. (25 de enero de 2018)**. El algoritmo no siempre supera al humano: este para prevenir la reincidencia criminal es un 'bluf'.

[https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoxplora/internet/algoritmo-siempre-supera-humano-este-prevenir-reincidencia-criminal-bluf\\_201801245a6987b70cf255430279f32b.html](https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnoxplora/internet/algoritmo-siempre-supera-humano-este-prevenir-reincidencia-criminal-bluf_201801245a6987b70cf255430279f32b.html)

**Tejedor Calvo, S. (2023).** La Inteligencia Artificial en el Periodismo: Mapping de Conceptos, Casos y Recomendaciones.

**Thurman, N. (2019).** Computational Journalism. The Handbook of Journalism Studies, Second Edition. New York.

<https://neilthurman.com/files/downloads/Computational%20Journalism%20accepted%20manuscript.pdf>

**Transkriptor (s.f.)** Transkriptor - Transcribe Audio to Text & AI Transcription.

<https://transkriptor.com/>

**Trint (s.f.)** Software de transcripción | Editor de contenido y transcripción con IA

<https://trint.com/es/>

**Túñez-López, J. M., Fieiras Ceide, C. & Vaz-Álvarez, M. (2021).** Impacto de la Inteligencia Artificial en el Periodismo: transformaciones en la empresa, los productos, los contenidos y el perfil profesional. Communication & Society, 34(1), 177-193. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>

**Universidad FASTA (s.f)** Heliograf, el robot de The Washington Post que no reemplaza a los periodistas.

<https://www.ufasta.edu.ar/comunicacion/heliograf-el-robot-de-the-washington-post-que-no-reemplaza-a-los-periodistas/>

**Unión Internacional de Telecomunicaciones (23 de diciembre de 2015).** Recomendación ITU-T Y.3600 : Big data - Requisitos y capacidades basados en la computación en la nube. <https://www.itu.int/rec/T-REC-Y.3600-201511-I/es>

**Ventura Pocino, P. (2021).** Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo. Consell de la Informació de Catalunya.

[https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorismes\\_a\\_les\\_redaccions\\_ESP\\_.pdf](https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorismes_a_les_redaccions_ESP_.pdf)

**Ventura Pocino, P. 2021. (s.f.).** Retos éticos de la inteligencia artificial en los medios de comunicación. Revista de Innovación en Periodismo.

<https://mip.umh.es/blog/2022/02/08/retos-eticos-de-la-inteligencia-artificial-en-los-medios-de-comunicacion/>

**Vidal Lij, M. (9 de noviembre de 2018).** China estrena presentadores artificiales de televisión. El País.

[https://elpais.com/tecnologia/2018/11/09/actualidad/1541765605\\_369415.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/11/09/actualidad/1541765605_369415.html)

**Williams, R. (2012).** Cultura y Materialismo. Buenos Aires, Argentina. Editorial La Marca.

**Williams, R. (2011).** Televisión. Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidós.

**Xinhua. (8 de noviembre de 2018).** China lanza su primer centro de investigación de desarrollo de inteligencia artificial.

[https://spanish.xinhuanet.com/2018-11/08/c\\_137592056.htm](https://spanish.xinhuanet.com/2018-11/08/c_137592056.htm)

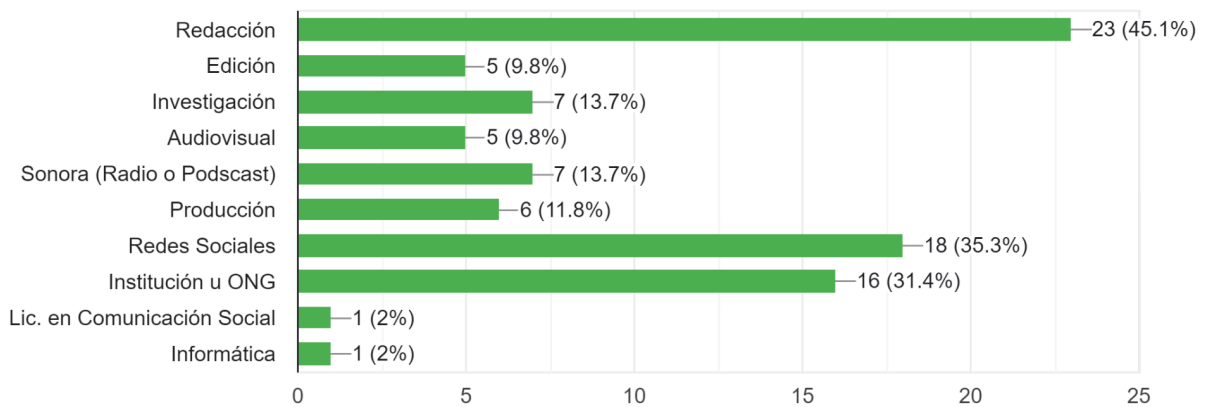
**Zuazo, N. (2023).** Periodismo e inteligencia artificial en América Latina 2023. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>

**Zuazo, N., (2019)** Manual de periodismo de tecnología: Investigación, Escritura, Temas, Seguridad. UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean. CC BY-SA 3.0 IGO [6698]

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

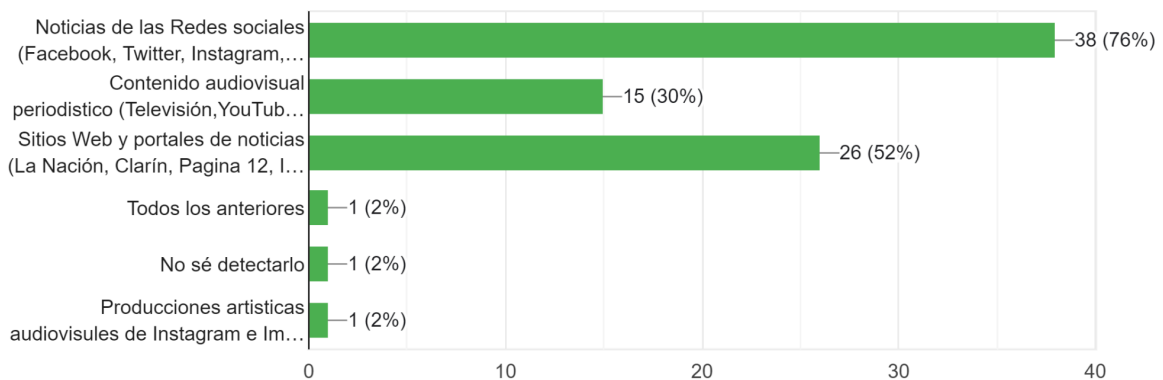
¿En qué área de la comunicación se desempeña?

51 respuestas



¿En qué contenidos comunicacionales detecta que está implementada la IA?

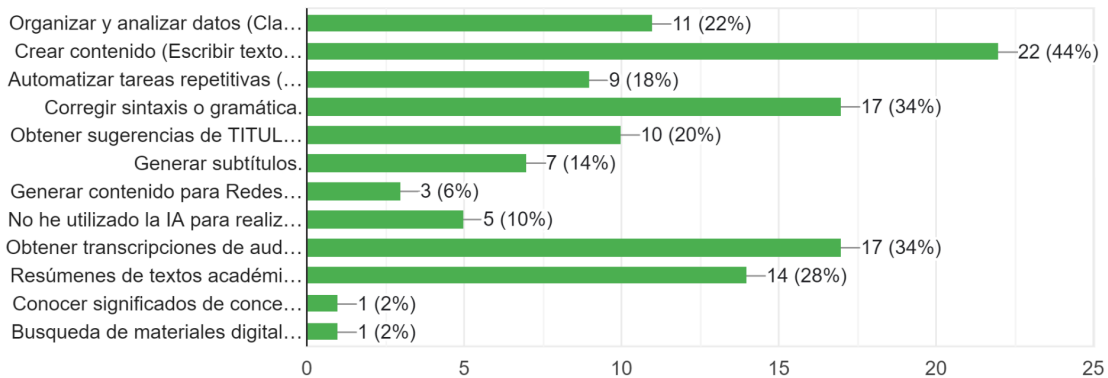
50 respuestas



## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

¿Ha utilizado la Inteligencia Artificial (IA) en sus tareas profesionales? Cuáles?

50 respuestas



**Si la respuesta anterior fue "otra", por favor agregue aquí una breve descripción:**

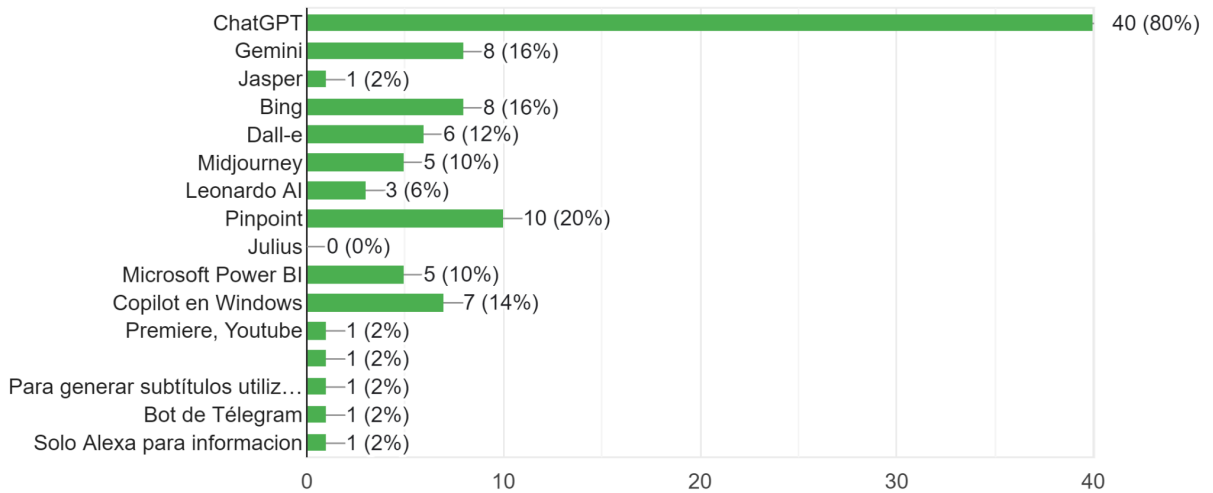
**3 respuestas**

1. Conocer significados de conceptos asociados a un campo científico y a una comunidad determinada.
2. En la búsqueda para abordar temas específicos con jóvenes del nivel secundario utilizo el buscador de internet para localizarlos. Por el momento no estoy produciendo con IA.
3. Estoy vinculado al sector de la publicidad. La tendencia a la automatización en lo que es comercial se incrementó totalmente. Existen bots que buscan clientes según los criterios solicitados, por ejemplo.

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

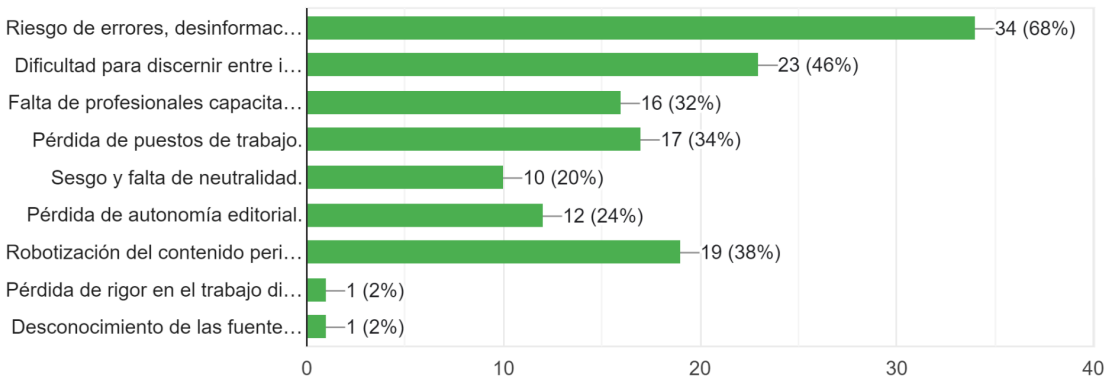
¿Cuál de estas herramientas de IA utiliza o utilizó?

50 respuestas



¿Qué dificultades o inconvenientes encuentra en la utilización de herramientas de IA en su labor como comunicador social?

50 respuestas

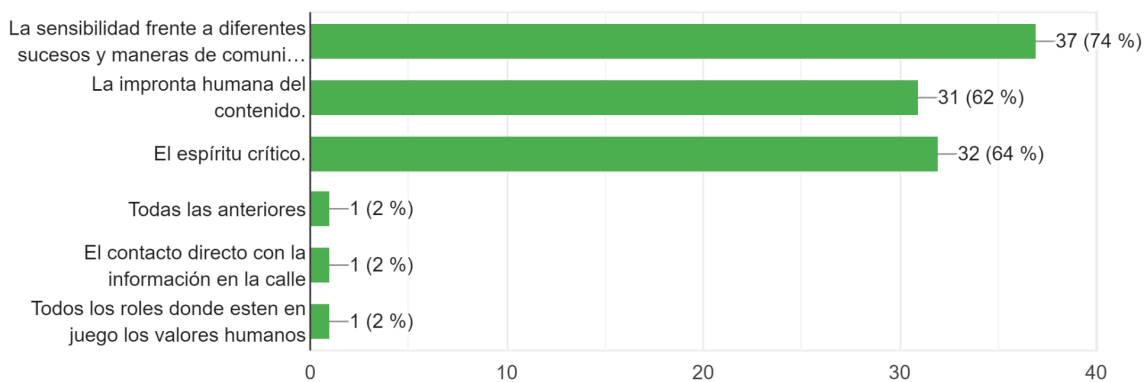




## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

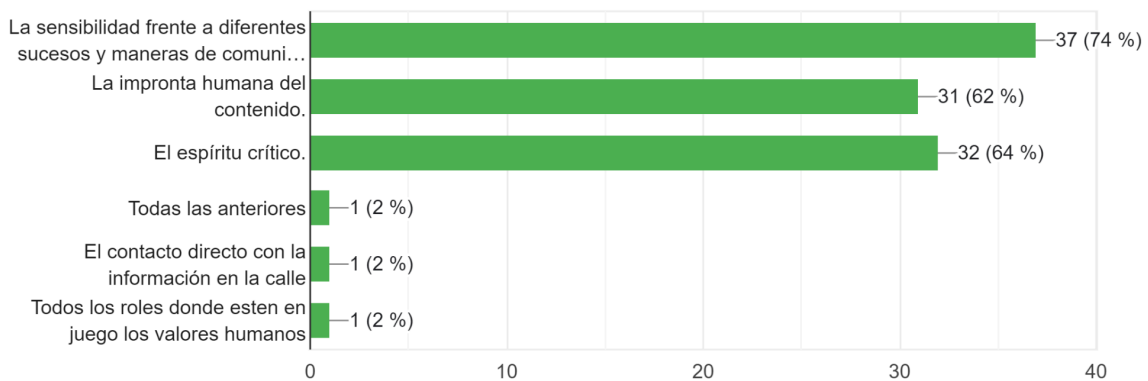
¿Qué rol del comunicador social considera que es irremplazable por la IA?

50 respuestas



¿Qué rol del comunicador social considera que es irremplazable por la IA?

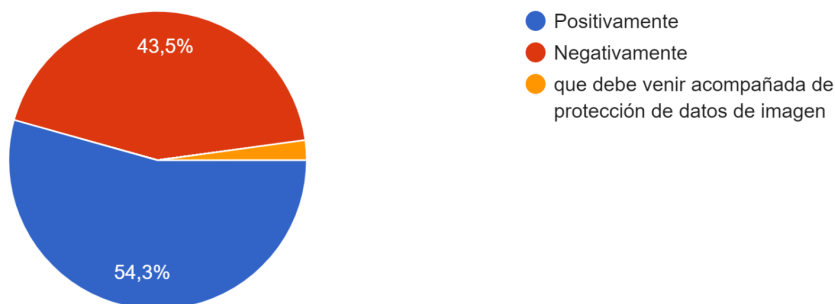
50 respuestas



## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

¿Cómo cree afectará la IA en el campo del periodismo en los próximos 5 años?

46 respuestas



## ¿Qué nuevos aportes cree que podrá brindar la IA al campo de la Comunicación en los próximos años?

37 respuestas

1. Facilitación de tareas mecánicas
2. Colaboración humano/ ia
3. No creo que vaya a generar herramientas disruptivas más que un perfeccionamiento de lo que ya está. Pero su impacto será cada vez más profundo, su uso mas extendido
4. Son varios los aportes que, de hecho, ya se utilizan, como el analisis de datos o el analisis de contenido, pero se una manera mas eficiente y eficaz que la actual
5. Procesamiento de información, bog data
6. Quizá pueda detectar quién escribió un texto.
7. Agilidad
8. Aporta a la sistematización de grandes cantidades de información y a la simplificación de tareas rutinarias
9. Aporte: reducir tiempos de pre producción (destrabar, búsqueda de fuentes que deben ser verificadas
10. que se pueda manejar con los pensamientos
11. Siento que la IA puede contener detección de noticias falsas. Espero que aporte a la democratización de la información.
12. Reducción del tiempo de producción siempre y cuando IA se utilice de manera adecuada
13. La IA bien utilizada se puede convertir en una herramienta fundamental para la Comunicación simplificando y ayudando a los comunicadores en sus tareas: transcribir, analizar datos, validar información y mucho más.
14. Mientras sea utilizada como herramienta para agilizar o ayudar en trabajos siempre será bienvenida. Considero que todo depende del uso que le demos los comunicadoras y no el abuso de su utilización

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

15. Si es utilizada de manera correcta podría ayudar en la automatización de procesos y la administración de gran cantidad de data que muchas veces se maneja en el periodismo por ejemplo.
16. Rápido acceso a la información, generar imágenes rápidamente al momento de subir una nota. No estoy de acuerdo con su uso, sigo la línea tradicional de crear el contenido con mano humana.
17. Recursos periodísticos
18. Solo Datos
19. Apoyo a la automatización de tareas e ideación para la generación de contenido
20. Aliado para mejores producciones y reducción de costos para edición de los contenidos
21. Entiendo que hay tareas que facilita y no representan un riesgo como generar un subtítulo, más allá de una coma mal puesta o un error gramatical.
22. Análisis de gran volumen de información como chequeo de palabras clave, fechas de publicación, analizar el volumen de contenido en base a una temática en particular.
23. Creo que la IA ofrecerá diversas posibilidades y al instante, lo que determinará que su uso sea concurrido por ejemplo por compañías de Marketing, quienes necesitan realizar un estudio de marcas y estrategias de comunicación.
24. Más tiempo libre
25. Rapidez en la redacción de noticias, quitarle peso al periodista para poder concentrar sus tareas en las tareas más de investigación o ir al territorio
26. Herramientas en post a la digitalización del contenido
27. El campo de la comunicación es amplio ya que es transversal a todas las áreas en donde se relaciona y desarrolla el ser humano. Y la tecnología, el éter del internet y por ende la IA viene teniendo una implicancia muy significativa, ya que en muy poco tiempo, de sólo almacenar información y clasificarla, está comenzando a relacionarla y ahí vuelve a entrar el lugar de la humanidad de que la IA no distorciona la realidad. Un punto importante es que esto no será responsabilidad de la IA sino de los corazones de las personas que la manipulen, en otras palabras, el propósito y destino de la confirmación de la IA que se le da.
28. Brinda nuevas herramientas para generar contenidos deseados.
29. Puede aportar herramientas digitales, nuevas maneras de transitar por los procesos de aprendizaje y métodos para sistematizar información
30. La estandarización en algunas redacciones: informes técnicos, estadísticas, etc
31. Creo que la IA será capaz de diferenciar contenido fake del real
32. Agilidad y para las producciones.
33. a
34. Nuevas formas de comunicar
35. Principalmente la automatización de tareas repetitivas le permitirá a los profesionales enfocar su tiempo en tareas más importantes que requieran del pensamiento y la mirada crítica de una persona, esto aumentará la cantidad y calidad del contenido producido en el mundo.
36. Sistematización

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

37. Significativos, en lo personal me parece que vamos a ser protagonistas de un conjunto de nuevas prácticas que serán automatizadas y generarán prescindencia de trabajadores aunque también afectarán al público

### ¿De qué manera considera que cambia la IA las prácticas y rutinas profesionales?

#### 51 respuestas

1. Sí
2. Desconozco
3. Optimiza tareas rutinarias y gestión de contenidos
4. Si se la considera una herramienta solamente, agiliza tareas que pueden ser automáticas. Pero ninguna tecnología es neutral, y el peligro es que reemplace al periodismo y se convierta en lo que está siendo, el motor del inforainment, una máquina de copiar y pegar contenido sin demasiado control sobre su veracidad
5. La mecanización, sobre todo en algunos aspectos de la rutina periodística y la falta del "toque humano" en distintas tareas de producción de contenidos. El tema es entender que la IA no es la panacea sino una herramienta más.
6. En la rapidez
7. Reformula tareas y las hace más específicas
8. Provoca que la mayoría de las personas trabajen menos. No mejor.
9. No lo sé aun
10. En investigación facilita el procesamiento de datos
11. Agiliza el proceso pero se debe verificar más. Ca
12. agilizan los procesos, colaboran para un trabajo más rápido
13. En cierto sentido aporta positivamente al realizar tareas mecánicas y repetitivas, dejando a la persona la libertad de encargarse de tareas más sofisticadas y especializadas.
14. En el tiempo de producción y agilización de procesos del trabajo, reducción del personal
15. En mi área de Redacción la IA la utilizo como un apoyo al momento de desgrabar entrevistas o transcribir audios largos.
16. Menos tiempo
17. Creo que puede ayudar a agilizar algunas tareas como mensajes y otras que suelen llevar tiempo. También puede llegar a ser de gran ayuda al trabajar nuevas temáticas cuando no se cuenta con la mayor experiencia o información.
18. Existen portales que se dedican a publicar contenido generado por IA, esto afecta en la comunicación específicamente en las fake o datos erróneos o desactualizados. Lo malo es cuando esté contenido empieza a replicarse como verdadero.
19. Te da herramientas prácticas más que nada en cuestiones de generar imágenes o de redactar contenido, pero nada se compara al contenido humano.
20. Negativamente
21. Mas acceso

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

22. Agiliza tiempos.
23. Es un acelerador y copiloto. Necesitamos conocerla.
24. Modifica cada ámbito de la cadena de producción. Desde la relación interpersonal, la producción, el entendimiento de procesos, la formación y hasta las implicancias legales.
25. Menos profesionales cubriendo los mismos puestos y tareas
26. Creo que carece de autenticidad, que hay un momento pleno del oficio que se desvanece, y además que se pierde la perspectiva humana como sujetos que formamos parte de una sociedad. De la cual nos atraviesan sus virtudes, sus luchas y sus miserias. Y sin embargo, tampoco es una postura neutra u objetiva la que pueda llegar a tener, porque el uso de datos y de información que administra sale de algún lugar.
27. Podría cambiar positivamente siempre y cuando exista un criterio de uso sobre la herramienta.
28. Considero que cuando uno recurre a la IA comienza a notar que se trata de algo fácil por momentos, ya que ahorra tiempo. Sin embargo, se pierde la reflexión y capacidad del comunicador de dedicarle atención a sus actividades y lograr una marca personal.
29. Me parece que por una parte, colabora en la agilización del labor periodístico, pero también los medios de comunicación aprovechan estas herramientas para reducir la mano de obra y precarizar a los empleados. A la vez, esto demanda una gran formación en nuestro campo. Debemos formarnos en estas áreas para responder a estas lógicas y disputarlas.
30. Las sistematiza en parte
31. Al automatizar los procesos creo que ya no se vuelve tan prescindible el hecho de 'informar', ya que hoy en día esta todo en la web. Se vuelve mas importante si, jerarquizar la información, ser crítico en cuanto a lo que se dice
32. nos robotizamos, creemos que todo tiene solución en una ia
33. En el pensamiento y posturas ya sean económicas y políticas de las personas
34. Positivamente ayuda a automatizar procesos, derivación de tareas secundarias y agilización en la atención.
35. Incorporación a nuevas maneras de comunicarse
36. La IA acorta el tiempo de la producción humana, pasó con todas las tecnologías o casi todas a lo largo del devenir humano. El anhelo será que nos deje tiempo libre para compartir el encuentro entre nosotros los seres humanos y achicar el tiempo frente a la PC. Grabar la entrevista en vivo y que la IA te arme la nota en el momento y que eso te acorte el tiempo de escritura frente a la PC.
37. Dando herramientas para escribir y comprender ciertas tareas. Pero por otro lado genera complicaciones si se utiliza como modelo a seguir, sin generar un pensamiento crítico.
38. Facilita las respuestas inmediatas de cierto tema, sin tener que ponerte a comparar versiones. Aunque lo que expone la IA tiene una cierta postura y perspectiva que puedo no coincidir con la preferencia de uno.
39. Reemplaza el espíritu crítico y la creatividad
40. Bien utilizada cambia los tiempos de trabajo
41. Generar otros contenidos no buscados
42. Son complementos que mejoran y agilizan actividades largas. Lo importante es que el lado humano se ayude con las ias no que lo sumplante.

## **Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social**

43. Se pierde el sentir crítico y además responde a los intereses de quien?
44. a
45. Facilita mucho las practicas
46. Favorable, ya que agiliza tareas como el análisis de datos para su posterior uso
47. Positivamente
48. Agiliza los trabajos y la producción de noticias, pero creo que esto debe estar sí o sí supervisado por un humano
49. Principalmente en automatización de tareas administrativas que suelen ser engorrosas y también la facilitación del análisis de datos, de forma que provea percepciones informativas y fácilmente interpretables para el profesional de la comunicación. Es simplemente una herramienta más a nuestra disposición, solo hay que saber utilizarla de una forma responsable.
50. Simplificara tareas
51. Profundamente se transforman las rutinas productivas. Para empresas, sobre todo, los procesos de automatización transforman totalmente los modos de trabajo y proyecciones de empresas.

## **¿Qué formación debe tener un comunicador social para introducir a la IA en sus prácticas cotidianas?**

### **51 respuestas**

1. Estudio (Trabajos de la facultad, por ejemplo)
2. Profesional
3. Al menos un seminario teórico práctico
4. Una formación extensa y bien crítica sobre las posibilidades pero también lo que habilita. Las IA ya son parte de nuestras vidas pero hay que aprender a controlarlas y discernir contenidos humanos y artificiales
5. Manejo periodístico y de redes, entre otras y conocimientos de IA además de un espíritu crítico en su uso y entender las cuestiones éticas que conllevan a un sobreuso o mala utilización de la IA
6. Digital
7. Comunicación social, estadística
8. No lo sé. Creo que cualquier comunicador o comunicadora pueden utilizarla.
9. Quienes son los dueños, cómo funciona
10. La formación integral que ofrece la enseñanza universitaria
11. Capacitación en apps específicas,
12. es urgente incorporar la IA desde la escuela y profundizarla también en la carreras de grado no específicas
13. Aprender sus herramientas y formas de uso pueden mejorar en la práctica periodística si se lo usa con responsabilidad y sentido social.
14. formación en tecnología y gestión de las herramientas con IA

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

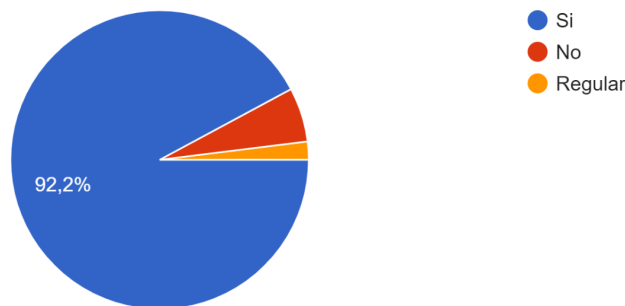
15. Las y los comunicadores deberían tener, al menos una pequeña formación en IA para poder explotarla al máximo en sus prácticas cotidianas.
16. Responsabilidad
17. La formación que nos brinda la carrera, no perder la mirada crítica y verla como una herramienta no a que viene a solucionar nuestra labor
18. Manejo de fuentes confiables, acceso directo a fuentes oficiales, agenda de contactos para corroborar info y la atención en brindar datos precisos y verdaderos.
19. Yo creo que no necesita mucha formación.
20. Conocimientos Básicos para poder sacarle provecho de la herramienta.
21. no se
22. Simplemente capacitarse antes de utilizar alguna herramienta de IA.
23. A) herramientas b) mejores prácticas c) aspectos legales y éticos.
24. Manipulación de herramientas básicas de análisis de los datos e información pero también de los riesgos y los sesgos del producto de esas herramientas.
25. Capacitación en herramientas y manejo de prompts
26. Es un poco complejo, sobre todo teniendo en cuenta que hay periodistas que no tienen formación y ejercen la práctica. Lo mismo pasa con la IA: cualquier pibe de secundaria abre chat gpt y responde un trabajo práctico. Pero considero que habría que tener cierta responsabilidad a la hora de hacerlo, y que en las carreras de comunicación deberían actualizar su contenido en relación a esta.
27. Desarrollar un criterio de búsqueda, comprender exactamente lo que necesita obtener de los datos.
28. No creo que alguien deba tener cierta formación específica, la IA está al alcance de cualquiera que quiera hacer uso de ella.
29. Con teoría pero también con prácticas que nos eduquen en las lógicas artificiales.
30. Como direccionarlo
31. Tener conocimientos sobre Tecnología, saber usar el prompt
32. creo que el conocimiento es súper importante para no cometer errores en el uso
33. No dejarse llevar al 100% de lo que dice un IA
34. Sobre Big Data, algoritmos, bioinformática.
35. Ascenso a nuevas tecnologías
36. Por un lado práctica, de como utilizarla y esencialmente construir una perspectiva crítica de ese uso, una mirada Humanística, que en su implementación la producción comunicacional no pierda calidad en su verosimilitud y en su propósito de comunicar/informar/entretener/producir conocimiento.
37. Principalmente tener pensamiento crítico, entender que la IA es una herramienta y no algo que hay que seguir puntualmente lo que genera. Muchas veces hay que saber analizar también la información que nos brinda.
38. Creo que se debe haber formación, ya se ha introducido en la vida cotidiana pero no se dimensiona la capacidad de la misma.
39. Una formación en evitar las fake news, los plagios, y los textos con nulo espíritu reflexivo
40. Hoy por hoy interés propio ser empírico
41. Actualizarse e informarse sobre el tema. Cómo aplicarla. Consecuencias

## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

42. Digital y incursionar en aprender a usar las ias.
43. Debe tener valores definidos y sostenerlos.
44. a
45. Creo que ninguna, es facil usarlas
46. Debe tener una instrucción en el uso y manejo de las herramientas básicas como ChatGPT y Dall-E
47. Debe tener buena formación intelectual para poder discernir la información que le llega.
48. Considero que debería haber cursos introductorios y guías en cada espacio laboral
49. Conocimientos básicos de lo que es una IA, sus posibles fallas, ética, quizás regulaciones.  
Podría existir algún tipo de curso o certificación que no sea sumamente larga pero que sirva para la formación de profesionales en esta nueva era.
50. Conocimientos básicos de los programas
51. Debe tener una formación integral y crítica. Comprender que la IA es solo un complemento que no sustituye la persona.

¿Cree que alguna ley debería supervisar el uso de IA en el campo de la Comunicación?

51 respuestas



## ¿Desea dejarnos una opinión en cuanto a los inconvenientes sobre las herramientas de IA ?

28 respuestas

1. Ya he opinado, soy bastante apocalíptico sobre este tema. Desde ya, tiene posibilidades infinitas, pero creo que es parte de un movimiento de precarización y deshumanización de la comunicación. Hasta aquí, no somos nosotros los que usamos las IA sino las IA, o las empresas detrás, las que nos usan
2. Están expuestos más arriba. De todos modos creo que los avances que se van realizando en el campo de la IA puede solucionarlos, el problema es cómo la utiliza el comunicador. Insisto: la IA es una herramienta, un facilitador. Pero no la panacea. Y ahí es donde entran los límites éticos de cómo y para qué se utiliza.



## Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social

3. La impronta humana es irremplazable. La IA debería utilizarse como una mejora de las herramientas informáticas existentes para agilizar las tareas y no para reemplazar a las personas. Por lo menos, en el ámbito de la comunicación, que es la más humana de las ciencias.
4. es urgente la información y formación sobre los adelantos que existen en esta materia.
5. Muchas veces el contenido no es claro en cuanto a las fuentes consultadas (en el caso del Chat GPT). Por otro lado, la idea de la perdida de puestos de trabajo es algo en dónde los Estados deben preveer.
6. Como inconveniente observo que si el camino es suplantar a las personas por las IA, puede verse afectado la creación de empleo o ir hacia unas reducción del personal en los trabajos formales con lo cual habrá más competencia y menos cantidad de ofertas laborales
7. Considero que deben ser reguladas porque hay mucha gente que las utiliza para generar fake news y esto afecta la credibilidad de las y los comunicadores.
8. Creo que en el contexto actual hay un abuso de IA de parte de quienes lo utilizan con fines específicos dejando de lado los baches que esta genera. Sin nuestra adecuada supervisión a la hora de usarla puede generar mensajes incorrecto o desinformantes, siento igual que es un povo lo que se busca. No perdamos nuestro rol a la hora de comunicar
9. Como todo, trae ventajas y desventajas. Es útil, si. Pero no hay nada como la creatividad que la mente puede crear.
10. Temo que en vez de ayudar, reemplace puestos de trabajo.
11. Se debe resaltar que detrás de esa tecnologia hay seres humanos que las programan, con sus prejuicios, su subjetividad y trabajan con datos que pueden contener y reproducir desigualdades históricas. La IA aprende lo bueno pero también lo malo del pensamiento humano.
12. Se requiere una legislación actualizada al respecto que proteja los derechos fundamentales de los usuarios.
13. Las IA tienen un excelente potencial para analizar volúmenes de datos de forma fácil y sencilla aunque si se utiliza de forma incorrecta es fácil caer en errores graves.
14. La inteligencia artificial nunca podrá reemplazar al criterio y la creatividad que puede alcanzar una persona.
15. Creo que es una gran herramienta pero hay que chequear con detalle su utilización, ya que en muchas ocasiones retorna respuestas falsas
16. Es algo que puede ser negativo ya sea en los jóvenes como en los adultos, ya que al momento de buscar información siempre tira los mismos datos o algún tipo de texto no tiene una mirada "humana"
17. Debe de haber barrios, pero el más complejo es que aún se ve como la forma de "hacer trampa" tanto para jóvenes que desean/necesitan hacer todo mucho más rápido, por otro lado desde los "adultos" he distiguído a ese uso como algo para "vagos" o es algo que no hacen. Y el uso de la IA requiere un "saber hacer" es al de hace 30, 20 o 10 años, seguro que sí. Pero eso el desafío es la construcción de conocimiento en los usos y costumbres de las IA.
18. Creo que debería haber mucha más información de como debería utilizarse, si bien muchos estudiantes como profesionales lo utilizan, pero es un conocimiento muy vago que tienen acerca de qué usos se les puede dar.

## **Anexo I: Formulario / Encuesta para profesionales de la Comunicación Social**

19. El inconveniente es utilizar la IA por mera intuición, utilizar estas herramientas como una ayuda para facilitar cierto proceso de aprendizaje hace que el contenido que circula por la red no sea crítico.
20. Hay muchas que son pagas, y no están al alcance fácilmente
21. A veces es difícil diferenciar un texto o imagen hecho con IA a uno por un Humwmi
22. No conozco del tema y mi uso es limitado
23. Cuestion de los derechos de autoría.
24. La pérdida de puestos de trabajo y que siempre va a responder a los intereses de los poderosos.
25. a
26. Creo que afectará positivamente, pero veo necesario que exista una ley que regule a la IA para fijar un estándar en la calidad de su uso
27. La información "de base", por así decirlo, de los modelos actuales, como ChatGPT, puede estar sesgada y por lo tanto la interpretación de la IA también lo será. Al mismo tiempo hay una creciente preocupación por el copyright y la propiedad intelectual per se, en el que muchas personas y organizaciones presentan objeciones ya que la IA está usando su contenido/producciones para "aprender" y producir cosas nuevas. Por último, el sobreuso de estas herramientas puede generar una dependencia, lo cual puede no ser malo per se (hoy en día dependemos de una conexión a internet, pero sus beneficios superan los aspectos negativos) a menos que esta dependencia venga acompañada de una declinación en la capacidad de tener una mirada crítica propia, lo cual podría pasar.
28. El principal inconveniente es considerar que la inteligencia artificial es algo autónomo y que tiene potencialidad de sustituir a personas en su labor que implica criticidad. Un periodismo sin narrativa crítica no es periodismo.