

# ¿Cómo está cambiando la IA la manera de informar?

[Carmina Crusafon](#)



***La Inteligencia Artificial también ha entrado en el campo periodístico y cada vez son más las aplicaciones en los diferentes medios de comunicación, pero son muchos los retos a los que se enfrenta.***

La **Inteligencia Artificial (IA)** es una realidad en las empresas periodísticas. Sus primeras aplicaciones datan del 2012 y durante esta última década su implantación ha cambiado rutinas profesionales y dinámicas en las redacciones. Según el Reuters Oxford Institute (2022), un 80% de los editores encuestados considera que la IA es una herramienta central para el funcionamiento de los medios informativos y uno de los ámbitos donde invertir para ofrecer una mejor personalización de los contenidos. Así como para automatizar y acelerar los flujos de trabajo de las salas de redacción, como el etiquetado de contenido, la suscripción asistida y la transcripción de entrevistas. Ante esta realidad se plantean las siguientes cuestiones: para qué se está utilizando y de qué forma está transformando la manera de informar. Para conocer su evolución y alcance, este artículo analiza los usos más habituales; presenta algunos ejemplos de cómo medios internacionales de referencia la están aplicando; e identifica las cuestiones de fondo que surgen con su introducción.

## **Inteligencia Artificial: ¿de qué estamos hablando?**

La inteligencia artificial tiene múltiples aplicaciones y transforma el funcionamiento de los diferentes sectores de nuestra sociedad. Responde a un conjunto de ideas, tecnologías y técnicas que se relacionan con la capacidad de un sistema informático para desarrollar actividades que normalmente requieren inteligencia humana. En el ámbito del periodismo,

corresponde al término “para referirnos al uso de algoritmos y de procesos de automatización por parte de organizaciones informativas”. Así lo define el proyecto [JournalismAI](#), impulsado por la *London School of Economics and Political Science* (LSE) y *Google News Initiative*, que se ha convertido en una de las fuentes de referencia a nivel internacional en este ámbito.

En concreto, los estudios realizados hasta finales del 2020 indican que los medios de comunicación están haciendo un uso diversificado de la IA, que a su vez introduce cambios en el funcionamiento de las redacciones. Se utiliza para automatizar la producción de noticias; verificar hechos y datos; realizar investigaciones periodísticas; moderar las secciones de comentarios; aprovechar el contenido de los archivos; optimizar el uso de imágenes; comprender qué quieren las audiencias; identificar y mitigar los riesgos de sesgo y optimizar la participación y las suscripciones. Estas [aplicaciones buscan](#) principalmente hacer el trabajo del periodista más eficiente, ayudar a seleccionar el contenido más relevante, automatizar procesos y mejorar las rutinas en las redacciones. Asimismo, [estos avances tecnológicos están demandando nuevos perfiles](#) profesionales como el editor de impacto, de plataformas, el analista de competencia, o los especialistas en contenido para suscriptores, género o diversidad.

La Inteligencia Artificial también se está empleando para crear **un nuevo tipo de medios: los sintéticos**. Estos se ocupan de crear contenidos digitales generados algorítmicamente, que incluyen audio, vídeo, *deepfakes*, personajes y entornos virtuales. Funcionan del siguiente modo: los algoritmos utilizan un conjunto inicial de datos para aprender de ellos, tales como imágenes de personas, voces, fotos, objetos, movimientos, vídeos, texto, etc. Los transforman a partir de las indicaciones de la programación y crean como resultado final un contenido digital artificial de aspecto y sonido realistas. Se trata de clones de voz, máscaras de voz, gestos únicos, fotos y *bots* interactivos. Su desarrollo es incipiente, aunque será fundamental para las futuras experiencias de **realidad extendida** (XR) [como la del Metaverso](#). Estos nuevos medios son muy espectaculares y generan gran impacto, por lo que se deberá evaluar bien su uso y aplicación.

### **Aplicaciones en periodismo: algunos ejemplos internacionales**

Los primeros usos de la IA se dieron en Estados Unidos y en China en la primera parte de la década de 2010. Destacan dos ejemplos de creación de **información automatizada** a través de software y algoritmos, sin ninguna intervención humana salvo la programación inicial. Así fueron los casos de robots como el [Quakebot](#), creado por el periódico *Los Ángeles Times* en 2014 para reportar sobre cualquier terremoto que se produzca rápidamente; y el [Dreamwriter](#), diseñado por la compañía china *Tencent* para elaborar una noticia económica en 2015. En

ambos se escribieron las informaciones sin participación de ningún periodista. La **automatización de la información** ahora está bastante generalizada en ámbitos como los resultados deportivos, las cotizaciones bursátiles o los registros informativos. En su aplicación, [han destacado las experiencias](#) de agencias informativas como AP o como corporaciones públicas como la BBC, que incluso ha diseñado sus propias plantillas para las noticias automatizadas.

Otra de las aplicaciones es la del **conocimiento de las audiencias** para mejorar su experiencia de usuario y mantener el compromiso con el medio de comunicación. El *Financial Times* ha desarrollado un conjunto de indicadores de sus lectores para que sus periodistas puedan enfocarse en los [temas que generan mayor interés](#). De hecho, han definido un algoritmo de aprendizaje automático no supervisado que les permite identificar los temas sobre los que publicarán los próximos artículos a partir de las preferencias de sus suscriptores. Asimismo, se experimenta también con la IA para generar oportunidades para suscribirse, o para que los periodistas más exitosos puedan generar mayores ingresos a través de las opciones que ofrecen los “Super Follows” de Twitter o plataformas como Patreon.



Uno de los medios con mayor desarrollo tecnológico es el *New York Times*, que tiene [un equipo de investigación y desarrollo](#) que explora cómo las tecnologías emergentes pueden

aplicarse al servicio del periodismo. Entre los actuales proyectos destacan el uso de la visión por computación que permite extraer información a partir de los medios visuales (fotografías, gráficos o vídeos); o lo que se llama **periodismo espacial** que explora nuevos formatos narrativos en realidad extendida, virtual y aumentada para ofrecer a sus lectores otras formas de contar la actualidad.

La **detección de imágenes falsas** es otra de las aplicaciones de la inteligencia artificial. Un ejemplo es la aplicación [Source](#) desarrollada por Storyful que utiliza la tecnología de Google para brindar acceso instantáneo al historial público de una imagen, lo que le permite ordenar, analizar y comprender su procedencia, incluida cualquier manipulación. A su vez, también ayuda a detectar y traducir texto en imágenes, lo que es especialmente útil para los periodistas que catalogan o analizan memes en línea. Diversas redacciones de medios asiáticos la han usado para verificar la procedencia de las imágenes en las redes sociales, aplicaciones de mensajería y sitios de noticias.

La IA también está cambiando los flujos de trabajo. En este ámbito destaca la experiencia de *El Boston Globe* que ganó un premio Pulitzer de periodismo de investigación por [Blind Spot](#), una historia sobre accidentes de tráfico prevenibles en EE UU. Los periodistas utilizaron Pinpoint, una herramienta de inteligencia artificial desarrollada por Google, para ayudar a los periodistas de investigación a identificar patrones en sus datos. Sky News [usó](#) también la IA para extraer y limpiar datos de salud pública de archivos PDF y otros formatos previamente inaccesibles, que luego usaron para actualizar constantemente las páginas web y los gráficos de TV en su salida.

En este escenario tecnológico es interesante también señalar el papel que juegan las corporaciones mediáticas públicas y de qué manera están aplicando la inteligencia artificial. Destaca el caso de la BBC que en 2019 [creó un proceso para que su motor de aprendizaje automático](#) para la producción de contenidos respondiera a los valores de servicio público como la confianza, la diversidad, la calidad, la relación calidad-precio y la creatividad. Este aspecto es de vital importancia para [poder mantener un enfoque ético](#) a la hora de programar cualquier motor de aprendizaje automático.

El uso de la AI se está aplicando a cualquier tipo de medio de redacción, grande, mediana o pequeña. Algunos ejemplos interesantes son el periódico noruego *Bergens Tidende* del grupo Schibsted, que [la utilizó para evitar sesgos en las noticias y ofrecer mejores contenidos a sus lectoras](#). La cadena sueca Swedish Radio [aplica un algoritmo para producir noticias más relevantes y que a su vez fomenten los valores del servicio público](#). En el ámbito latinoamericano, la implantación todavía es escasa como señala el [informe](#), publicado por el

---

Centro Latinoamericano de Investigación Periodística (CLIP), International Media Support (IMS) y el medio *The Fix*. Las razones del retraso se explican por la falta de presupuesto y necesidad de formación.

## **Miradas hacia el futuro**

La apuesta por la Inteligencia Artificial en el mundo periodístico es cada vez más clara. Año tras año vemos grandes progresos tanto el lenguaje automatizado como en las posibilidades que ofrece para personalizar los contenidos al ofrecer diferentes versiones de una historia (artículos largos, artículos cortos, resúmenes, tratamientos con imágenes o vídeos) con mucha mayor eficiencia. El [último informe](#) de Nic Newman del Reuters Oxford Institute señala que “la IA respaldará la automatización de los procesos de producción y ayudará a atraer audiencias de formas más relevantes y personalizadas”. Las ventajas se ven evidentes en términos de eficacia y beneficio empresarial; pero surgen dudas sobre el sesgo informativo que se puede aplicar según la programación de los algoritmos. Vivimos en tiempos de gran polarización y desinformación y existe un gran riesgo de ofrecer versiones sesgadas. El impacto de su uso resulta también en una necesidad de formación tecnológica por parte de los periodistas, así como tener los recursos necesarios para seguir invirtiendo en mejoras tecnológicas. Ambas cosas no siempre están al alcance de todas las redacciones. Se podría producir cierta brecha digital entre los medios. A su vez, crece la necesidad de la alfabetización digital de los ciudadanos para que puedan ser capaces de detectar los malos usos de la IA.

Si el ecosistema informativo actual es complejo y con superabundancia de contenidos, el futuro trae consigo nuevos protagonismos como el del Metaverso, la Web3 y las criptomonedas que para algunos en el mundo periodístico son aspectos casi esotéricos. En cambio, para otros, son vistos como el camino para una web más inmersiva y distribuida impulsada por nuevas formas de vender y comerciar eventualmente que abrirá nuevas oportunidades sin dejar de lado los desafíos.

Veremos hacia donde avanza la aplicación de la Inteligencia Artificial en el periodismo, pero lo que es seguro es que sus valores clásicos de búsqueda de la verdad y contraste de fuentes deben seguir estando en la base del ejercicio profesional. Eso sí que debe ser inmutable.

## **Fecha de creación**

24 enero, 2022