

La Inteligencia Artificial en el Periodismo de Cotopaxi

The Artificial Intelligence in the Journalism of Cotopaxi

Magister en Comunicación Institucional, Empresarial y
Corporativa

Juan Pablo Toro-Bravo¹

Docente

Universidad Técnica de Cotopaxi

juan.toro@utc.edu.ec

Nataly Marlene Guerrero-Troya²

Estudiante de la Carrera de Comunicación

Universidad Estatal de Bolívar

nataly.guerrero@ueb.edu.ec

Lorena Catherine Alvarez G.³

Docente

Universidad Técnica de Cotopaxi

lorena.alvarez@utc.edu.ec

Latacunga, Cotopaxi

1 Editor y periodista de Salcedo al Día, corresponsal en la provincia de Cotopaxi para Telemazonas. Ha escrito varios artículos académicos y presentado ponencias internacionales en representación a la Universidad Técnica de Cotopaxi, bajo las temáticas de interculturalidad, producción audiovisual y comunicación de riesgos. Es magister en Comunicación Institucional, Empresarial y Corporativa. Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6647-0337>

2 Productora y creadora de contenidos para redes sociales y para el semanario Salcedo al Día. Periodista en cantón Salcedo de Diario La Gaceta en la provincia de Cotopaxi. Periodista corresponsal en Cotopaxi de RTS. Ha escrito varios artículos de investigación como parte de su formación superior bajo las temáticas de producción audiovisual e interculturalidad. Estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2003-0173>

3 Productora y conductora de Radio Latacunga AM y FM, corresponsal en Diario El Universo. Ha escrito varios artículos de investigación académicos y presentado ponencias internacionales representando a la Universidad Técnica de Cotopaxi, bajo las temáticas de comunicación, ecología de medios, medios comunitarios, educomunicación, entre otros. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4055-2729>

Resumen

El presente artículo hace referencia al uso de la inteligencia artificial [IA] en el periodismo de la provincia de Cotopaxi, ubicada en la zona Centro del Ecuador, en consideración cómo la IA ha comenzado a transformar las rutinas de los comunicadores. El objetivo de la investigación es analizar la influencia de la inteligencia artificial [IA] en el ejercicio profesional de los periodistas en Cotopaxi. La metodología empleada aborda un enfoque cuantitativo, se seleccionó una población objetivo de 80 periodistas y comunicadores de los siete cantones de Cotopaxi, contestando una encuesta de preguntas cerradas, la revisión bibliográfica y observación directa al entorno periodístico permitió triangular los datos. Entre los resultados, el mayor número de comunicadores y periodistas crean contenidos para medios digitales. La aplicación más conocida es Chat GPT⁴ y es empleada en medios escritos digitales e impresos, pero no predomina en su totalidad la IA en la generación de contenidos para medios tradicionales como la radio y televisión. En conclusión, la IA está cambiando significativamente las tareas y rutinas diarias de los periodistas, en Cotopaxi, los medios digitales, han provocado nuevos desafíos y responsabilidades para los periodistas como la verificación de la información generada por algoritmos. La comprensión profunda de estas herramientas es esencial para garantizar la calidad y ética en el trabajo periodístico, equilibrando la innovación tecnológica con la preservación de los valores tradicionales del periodismo.

4 GPT Chat es un modelo de inteligencia artificial de OpenAI que utiliza procesamiento de lenguaje natural para generar respuestas, fue entrenado con grandes cantidades de texto (Morales-Chan, 2023, pág. 1).

Palabras clave: inteligencia artificial [IA], periodismo,
Chat GPT, desafío, ética

Abstract

Artificial intelligence (AI) in journalism has begun to transform the routines of communicators. The objective of the research is to analyze the influence of artificial intelligence (AI) on the professional practice of journalists in Cotopaxi. Through a qualitative approach, a target population of 80 journalists and communicators from the 7 cantons of Cotopaxi was selected, responding to a closed-ended survey, bibliographic review, and direct observation of the journalistic environment, allowing for data triangulation. Among the results, the largest number of communicators and journalists create content for digital media. The most popular application is ChatGPT, used in digital and print media, but AI does not entirely dominate content generation for traditional media such as radio and television. In conclusion, AI is significantly changing the daily tasks and routines of journalists. In Cotopaxi, digital media has posed new challenges and responsibilities for journalists, such as verifying information generated by algorithms. A deep understanding of these tools is essential in order to ensure quality and ethics in journalistic work, balancing technological innovation with the preservation of traditional journalism values.

Keywords: Artificial Intelligence [AI], journalism,
ChatGPT, challenge, ethics

Introducción

La labor de un periodista es mantener informada a la colectividad sobre los hechos y acontecimientos que suceden a nivel local, provincial, nacional e internacional; en muchas ocasiones, la inmediatez no es una opción, la tecnología avanza y la rapidez de un periodista para informar con veracidad es importante.

En sectores del Ecuador la cobertura de internet es deficiente, en especial, en las zonas alejadas de las grandes ciudades o zonas urbanas, lo que ocasiona que la información recopilada no se pueda subir de forma

inmediata a las salas de redacción.

En Ecuador, el sector rural presenta estos problemas en mayor escala, ya que en los hogares que poseen conexión a Internet existen graves problemas de estabilidad del servicio por el mínimo alcance de las señales de ondas electromagnéticas, y esto se debe a que su ubicación geográfica los deja lejos del centro de recursos (Espín et al., 2022).

La IA es un tema de conversación en todos los rincones, y en el ámbito periodístico no es la excepción; en Ecuador, existen profesionales que aún le tienen miedo al cambio tecnológico por varios mitos. Este miedo de la sociedad en general a enfrentarse a este tipo de tecnología. La respuesta hay que buscarla no solo en la ciencia, sino también en la evolución histórica del ser humano y en la literatura y cinematografía del siglo XX, calificada como Ciencia-Ficción (Salazar-García, 2018, p. 296).

La IA se presenta como una herramienta oportuna para los periodistas, donde existen interrogantes ¿Cómo una aplicación puede ayudar a revisar miles de documentos?, para encontrar algún dato importante que la noticia necesita o que sugiera temas trascendentales de interés que a la audiencia cautiva; Teresa Mondría Terol (2023) afirma que: “en un entorno donde la IA y los periodistas trabajan juntos, el periodista del futuro requerirá habilidades adicionales para procesar y comprender datos, así como prácticas relacionadas con la IA y otras tecnologías” (p. 56).

La importancia de comprender el uso adecuado de la IA es fundamental – tanto ética– como profesionalmente – y los resultados pueden ser alentadores, como mayor eficiencia, más tiempo para el análisis y la creatividad, e incluso, la posibilidad de generar nuevos formatos de contenido interactivo.

Sin embargo, la IA también trae consigo recelos y preocupaciones para algunos periodistas que no se adaptan a la era digital, algunos temen que estas aplicaciones con Inteligencia Artificial terminen reemplazando a los periodistas, dejando las redacciones vacías y sin presencia humana, otros se preocupan por la posibilidad de que la IA amplifique la desinformación y los sesgos, creando una burbuja de noticias falsas y personalizadas.

Panorama General de la IA

Cada segundo la tecnología avanza, existen aplicaciones que están ligadas a la Inteligencia Artificial [IA], que son herramientas que ayudan a realizar trabajos

que requiere un análisis humano y poner en práctica lo asimilado como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción, la misma que ayuda al ser humano a ahorrar tiempo en tareas rutinarias o repetitivas; la IA cubre una serie de áreas, esto simplifica radicalmente la interacción entre humanos y máquinas, traducir textos de forma rápida y eficaz, realizar reconocimiento facial e incluso realizar mantenimiento predictivo en el que los fallos se detectan rápidamente (Benhamou, 2022).

Hablar de inteligencia artificial es complejo y se extiende a todas las profesiones y carreras que tiene el mundo, la IA ha revolucionado la estructura en las diferentes áreas que opera y ofrece servicios; para Juan Sebastián Aguirre Montes y Heidi María Echeverry Flórez (2023): “la IA es muy importante en los negocios, estadísticamente deja un aumento positivo de 38% de margen de utilidades de negocio, 83% de las personas que han implementado la IA en su negocio han tenido resultados positivos” (p. 6).

El empleo de la Inteligencia Artificial [IA] se han visto intensificado en algunas profesiones, más como en el sector de la salud: los algoritmos de aprendizaje automático han permitido diagnosticar enfermedades, las herramientas de IA pueden analizar imágenes, existen estudios que coadyuvaron a la detección de cáncer y otras enfermedades en sus fases más tempranas, lo que mejoraría significativamente las tasas de supervivencia.

En dermatología, la IA está mejorando la eficiencia y la precisión de los enfoques diagnósticos tradicionales, incluidos el examen visual, la biopsia

de piel y el estudio histopatológico. Numerosos estudios han reportado la precisión diagnóstica de la IA, igual o mejor que la de los dermatólogos, en lesiones cutáneas a partir de imágenes clínicas y dermatoscópicas (Lanzagorta-Ortega et al., 2022, p. 58).

El periodismo es una profesión que tiene como principal objetivo informar a la ciudadanía de forma oportuna y verídica, es importante, al igual que otras carreras, como medicina, ingeniería, arquitectura, entre otras. Todas ellas están sujetas a adaptarse al desarrollo tecnológico.

Para David Autor, David Mindell y Elisabeth Reynolds (2020)...

Los cambios tecnológicos llevan siglos transformando la vida y el trabajo de los seres humanos. La mecanización que se inició con la Revolución Industrial permitió mejoras significativas en la salud, el bienestar y la calidad de vida de los seres humanos (p. 1).

Los periodistas cumplen un papel importante en los medios de comunicación, cada día realizan sus coberturas para disponer del material en bruto para procesarlo, en la actualidad, varias aplicaciones de IA se han hecho presente en las salas de redacción, unas gratuitas y otras pagadas, las dos ayudan al quehacer diario de un periodista o comunicador social, en la transcripción de audio a texto, esta actividad ahorra tiempo, “algunas de estas apps son gratuitas, otras requieren de pago, pero el fin es que sea utilizada como un recurso que complemente y apoye el aprendizaje” (Campuzano-López et al., 2021, p. 673).

En las salas de redacción, los periodistas necesitan de un dispositivo para escuchar y transcribir lo que habla el entrevistado y redactar la noticia, “es evidente que la transcripción es una tarea tediosa y prolongada; el tiempo requerido puede oscilar entre tres y ocho horas para transcribir una hora de grabación, pues depende de la velocidad de tipeo” (trad. de McMullin, 2023, p. 141). Con el empleo de las aplicaciones que funcionan con IA, la transcripción se realiza en segundos y facilita las cosas.

Aurea López Rodríguez (2023), en su trabajo de investigación, explica que...

En el ámbito de la gestión de incidencias, la capacidad de capturar y comprender rápidamente la información es crucial para una respuesta efectiva y oportuna. Sin embargo, el procesamiento manual de grandes volúmenes de información, como la transcripción de audio a texto, puede ser lento y propenso a errores. Aquí es donde la Inteligencia Artificial (IA) y el reconocimiento automático del habla (ASR) desempeñan un papel fundamental. (p. 1)

Estos aplicaciones de IA, admiten formatos MP3, WAV, MP4, MOV, AAC, OGG, OPUS, WMA, entre otros, es importante que la calidad del audio sea de calidad, es decir, su nivel de frecuencia sea alto, al igual que la pronunciación sea entendible para que las aplicaciones puedan transcribir de forma correcta con un margen de error mínimo; el idioma es otro de los factores indispensables que están representados en los datos de entrenamiento, las aplicaciones con IA son entrenados con grandes cantidades

de datos de audio y texto, lo que permite mejorar continuamente su transcripción, a medida que procesan más información, va mejorando su finalidad.

La tecnología ha desplazado a varios programas que eran usuales para utilizar en esta profesión, para Verónica Yépez Reyes y Jorge Cruz-Silva (2024),

Las plataformas en línea reemplazan y dejan de lado a programas de transcripción ampliamente utilizados hasta hace diez años, como es el caso del programa Transcriber. Este software gratuito permite ver la gráfica del sonido grabado para, manualmente, posibilitar el que se introduzcan secciones y se tipee la transcripción. Otra herramienta popular, oTranscribe, tiene incorporado el sistema de reproducción de texto y posibilita tipearlo en línea para su descarga y uso en otros documentos digitales (p. 188).

Las aplicaciones de IA como *ChatGTP*, *Bard*⁵, *Gemini*⁶, entre otros a través prompt-generator ayuda a mejorar redacción, concordancia, coherencia, escribir en tercera persona, tiempo pasado para las notas periodísticas, ha optimizado el tiempo para contar con ensayos luego de la transcripción con IA, ...

5 El lanzamiento de Google Bard, la inteligencia artificial generativa basada en la familia LaMDA, surge bajo la necesidad de competir directamente con ChatGPT de OpenAI (Lopezosa & Codina, 2023, pág. 3)

6 Gemini es la herramienta de Google que permite el acceso al LLM propio desarrollado por la compañía (Fuentes Morán, Domínguez Santana, & Travieso Rodríguez, 2023, pág. 22)

En el caso de las noticias que tienen un posicionamiento positivo hacia el uso de ChatGPT en el periodismo, encontramos que existe una menor diferencia entre los argumentos inclinados a la mejora de la productividad que puede conllevar su aplicación (Vallés-Esteve, 2023, p. 27).

Estas aplicaciones utilizan un lenguaje avanzado, son herramientas invaluable para mejorar la redacción, puntuación y otros aspectos de la escritura periodística; ofrecen a los periodistas una serie de posibilidades para mejorar su trabajo y adaptarse a las demandas de la era digital, en su investigación, Carlos Lopezosa y Lluís Codina (2023), llegan a la conclusión que “una de las principales ventajas de utilizar estas herramientas es la automatización asistida de procesos y la obtención de resultados semiautomáticos de las respuestas de los entrevistados” (p. 78).

Para la producción audiovisual también hay aplicaciones que facilitan la inmediatez a los periodistas para lograr un producto publicable, en el caso de edición de audio-video, hoy en día se puede realizar la producción desde cualquier lugar, mediante la incorporación de textos, se pueden introducir voces de diferente nacionalidades, idioma, seleccionando así el tono de la locución, sea masculino o femenino, incorporar efectos, fondos, y más, todo lo que hacían los periodistas antes, mediante software especializados, a través de una computadora que contaba con las características necesarias para soportar estos programas.

Jorge Franganillo (2022) explica que “la IA permite clonar voces conocidas para usarlas, siempre de forma ética

y bajo licencia, en la locución de audiolibros, productos audiovisuales y entornos inmersivos. La ventaja es que acelera procesos y recorta gastos” (p. 5), estas aplicaciones son muy utilizadas por varios periodistas, a nivel mundial, se han adaptado a este avance tecnológico donde el auge cambia día a día, lo que ha transformado al periodismo tradicional a un periodismo móvil, adaptándose a las nuevas herramientas generadoras de información.

Según Ramón Salaverría (2019), ...

No hubo que esperar mucho para que otros países se sumaran a la tendencia iniciada en Estados Unidos. Entre los años 1994 y 1996, la mayoría de los países del mundo vio nacer sus primeros medios digitales, promovidos casi siempre por periódicos. (p. 4)

Con el paso de los años, el avance tecnológico ha sido evidente, la diversa gama de dispositivos móviles presentes en el mercado son herramientas físicas que han cambiado y permiten acceder a una gran diversidad de contenidos, métodos y medios para comunicar, pero lo que no ha cambiado, es la demanda para transmitir datos de forma efectiva, convirtiendo esta labor en la prioridad en el ámbito periodístico, manteniendo su principio de informar. Con la IA, hoy se puede generar un sin número de imágenes y videos que pueden ser utilizados para productos audiovisuales interactivos, que cautiven a la audiencia, la introducción de nuevas herramientas, métodos y tecnologías permiten que los periodistas examinan nuevas narrativas, en un contexto amplio de cambio colectivo y organizacional (Cornia et al., 2017).

Las redes sociales, son plataformas digitales que operan dentro de los dispositivos tecnológicos, sean estos, dispositivos móviles o computadoras personales, la diversidad de plataformas digitales disponibles en la red, facilita la interacción y el intercambio de información, las aplicaciones móviles tienen una interfaz sencilla, facilitando la edición de una imagen o video, la transcripción de un audio a texto, entre otras, permitiendo al periodista contar historias con un contexto informativo más seductor para los receptores.

Estas aplicaciones se caracterizan por tener sistemas de alta calidad en cuanto, a cámaras, permite tener una buena imagen en cada grabación o edición de videos, cuenta con plantillas para generar ese toque creativo, además, brindan la facilidad de ajustar sensores, métrica, ajuste de blancos, exportar, extraer, permiten limpiar la imagen, añadir voz en off o grabar la voz de forma directa. Algunas aplicaciones son totalmente gratuitas, mientras que otras tienen compras integradas. (Cordova, 2022, p. 10)

Impacto de la IA en el Periodismo Mundial

Los inicios de la Inteligencia Artificial [IA] al periodismo según los investigadores se dan a finales del siglo XX, con sistemas expertos capaces de analizar grandes volúmenes de datos y generar informes básicos, el auge de internet y el *big data* han reforzado a la IA para su desarrollo en el ámbito periodístico, los algoritmos comenzaron a utilizarse para una experiencia personal en la

recomendación de noticias y contenidos, la automatización de tareas repetitivas como la transcripción de entrevistas, generando informes simples o la moderación de comentarios en línea y detectan patrones y tendencias para identificar noticias emergentes y tendencias sociales.

Una de las practicas más empleadas en los últimos años es el periodismo automatizado, con diferentes estudios se ha identificado los tipos de reportajes que utilizan actualmente la tecnología y tratando de determinar cómo su desarrollo afecta el trabajo de los periodistas (Rojas-Torrijos, 2021).

La IA en la actualidad ya no es una promesa futurista, se ha convertido en una realidad tangible para los medios de comunicación, en el mundo existen actualmente programas, productos de audio, video, imágenes que emplean la inteligencia artificial para crear contenidos noticiosos, los mismos que se han adaptado a esta innovación tecnológica.

Estados Unidos: Associated Press – 2013 – inició la elaboración de noticias sobre mercados bursátiles y resultados deportivos de forma automatizada, a través de una herramienta de software desarrollada por Automated Insights (García-Avilés, 2019). El periódico The Washington Post ha experimentado con diversos proyectos de IA, desde la generación de artículos hasta la moderación de comentarios (Ruiz-Cano, 2024).

The New York Times (NYT) comenzó a formar un equipo multidisciplinario para explorar el uso de

sistemas de inteligencia artificial (IA) generativa dentro de su equipo editorial. El rotativo aclara que la producción y edición del contenido seguirá a cargo de “profesionistas experimentados” (González, 2024).

La British Broadcasting Corporation [BBC] ha experimentado con chatbots (Bilton, 2018) y asistentes virtuales para interactuar con su audiencia y ofrecer servicios personalizados. En China, gigantes tecnológicos como Tencent y Baidu han desarrollado herramientas de IA, varias firmas han comenzado a desarrollar aplicaciones rivales, pero Baidu es la más grande en entrar a la contienda por recrear el éxito de ChatGPT (france24, 2023), en Japón, el periodismo robotizado, un periódico regional de Japón está lanzando un sistema de inteligencia artificial que genera automáticamente resúmenes de noticias para su distribuir en distintas plataformas (Hornyak, 2018)

América Latina también tiene su inicio con IA, en Brasil, la “evolución llevó a la necesidad de automatizar los procesos mediante la combinación de aplicaciones y algoritmos que aprenden a procesar un gran número de datos e información” (Canavilhas y Giacomelli, 2023, p. 54).

La automatización en la generación de contenidos suena como una novedad a partir de la aparición de distintas herramientas de inteligencia artificial generativa, que se destacan por el alto rendimiento en el procesamiento del lenguaje natural. Sin embargo, en la última década, algunos medios de comunicación están en la búsqueda de optimizar la generación de artículos mediante el desarrollo de herramientas creadas a medida. (Zuazo, 2023, p. 38)

Galindo (2020) habla de “renovarse o morir”, La inteligencia artificial trae a la profesión periodística conceptos como “periodismo automático” y “periodismo aumentado”, esto quiere decir que los medios de comunicación – al igual que los periodistas o comunicadores sociales – deben adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas para sobrevivir a un mercado competitivo, caso contrario, pasará igual que algunos medios que han cerrado sus transmisiones con el paso de los años.

Aunque no se conoce a ciencia cierta quién fue el primero, los analistas señalan a Dreamwriter como el primer robot periodista en el mundo. Escribió un artículo financiero de 916 palabras “impecable” en solo 60 segundos. Fue diseñado, hace más de un lustro, por la compañía china de videojuegos Tencent, creadora también de uno de los videojuegos de mayor éxito en la actualidad, League of Legends [LOL]. (Galindo, 2020, párr. 7)

En Ecuador, las herramientas de Inteligencia Artificial en los dispositivos tecnológicos, se empezó a utilizar en los medios de comunicación para ir facilitando u optimizando el tiempo en la redacción de textos, según Christian Espinosa Baquero (2024), director de cobertura digital, comenta “la IA está siendo utilizada en forma principal para optimizar la generación y edición de contenido, desde la corrección gramatical y de estilo hasta la creación de borradores de artículos” (párr. 7).

El hecho de no tener un dato exacto oficial del uso de IA por periodistas en los distintos medios

de comunicación en Ecuador, puede generar varios interrogantes, pero – de forma personal – algunos comunicadores sociales y representantes de los medios de comunicación se han capacitado de forma permanente para el empleo de la IA en los distintos productos comunicacionales, según investigadores y notas periodísticas, Diario *El Mercurio*, en Cuenca, desarrollaron “una experiencia piloto de formación en IA a sus reporteros tomando como caso la cobertura de un deslave que ocurrió en una población local” (Espinosa–Baquero, 2024, párr. 8).

Un medio público del municipio de Quito, demostró que sí se puede combinar texto a imagen y creó un cortometraje empleando varias aplicaciones con inteligencia artificial, escenificando un video simulando la erupción del volcán Cotopaxi de 1877; el canal nacional. El medio de comunicación ecuatoriano Teleamazonas, el miércoles 24 de enero de 2024, lanzó a la pantalla a su presentador virtual creado completamente con tecnología de inteligencia artificial; las presentadoras explicaron que es el nuevo integrante del Noticiero de 24 Horas en la Comunidad Quito, en su página web Teleamazonas (2024), “la era futurista inició en 24 Horas. Nos vemos la próxima semana, dijo el nuevo presentador y dio paso a sus compañeras, Andrea Samaniego y Gabriela Galárraga, conductoras del espacio de noticias” (Cantos, 2024).

Desafíos y Preocupaciones Éticas

Con la implementación de la Inteligencia Artificial, para algunos periodistas, ha cambiado la forma de generar productos comunicacionales de manera más rápida y

eficiente, para redactar artículos, resúmenes de noticias o incluso informes automáticos sobre datos y estadísticas, a pesar de las múltiples ventajas, es necesario reconocer las limitaciones y desafíos asociados con el uso de IA en la profesión periodística.

Al hablar de Inteligencia Artificial en los medios de comunicación, se puede percibir que existe un recelo, por lo que existen generaciones que aún no manejan al máximo la tecnología y causa interrogantes.

En este contexto de incertidumbre, los profesionales se muestran cautelosos a la hora de hablar de la utilidad de la IA o de avalar el éxito de su implementación en las redacciones, algo que contrasta con los diversos proyectos basados en IA que ellos mismos lideran en sus medios. (De Lara-González, 2022, p. 10)

Al generar contenidos por medio de las herramientas de IA, la información que proporciona la Inteligencia Artificial, no es completamente confiable, algunas aplicaciones generan respuestas que pueden ser incorrectas o imprecisas, el periodista debe verificar esa información antes de ser publicada, de manera que su producto comunicacional sea de calidad, verificando las fuentes y datos que ha escrito la Inteligencia Artificial. “Los periodistas deben verificar la exactitud, la fuente de información y asegurarse de que el contenido sea coherente con los estándares periodísticos” (Arbe, 2023, p. 20).

La implementación de IA en el periodismo tiene varios desafíos éticos, morales, profesionales y personales; así, por ejemplo, cada profesional tiene que estar consciente de la calidad y confianza en sus trabajos periodísticos para garantizar a su audiencia la credibilidad de las noticias generadas por inteligencia artificial:

La implementación de las herramientas de IA plantea numerosos dilemas éticos sobre la responsabilidad que asumen quienes intervienen en la creación de las bases de datos y establecen los criterios de selección y jerarquización, y su impacto en la exactitud y veracidad de los contenidos. (Túñez-López et al, 2018, p. 751).

Ser transparente es un término esencial sobre la forma como se recopila la información, la utilización de datos oficiales y la recopilación de información necesaria permite que el lector tenga la confianza hacia el medio de comunicación y la fidelidad hacia el periodista, Gilli (2017), definieron la transparencia como “la transparencia genera confianza de la sociedad en sus instituciones e incrementará la imagen de quien la brinda” (p. 46).

La utilización de datos es uno de los problemas éticos que tiene que ver con Inteligencia Artificial en el periodismo automatizado, la falta de leyes y reglas que regule la calidad de información que emite los medios de comunicación a través de sus periodistas es una problemática que tienen varios países a nivel mundial al no controlar o llevar registros de estas nuevas aplicaciones, “la seguridad de los datos también es amenazada por la

vulnerabilidad de los sistemas y aplicaciones en línea”
(Cruz-Lucas et al., 2022, p. 45).

La clave para resolver estas interrogantes puede radicar en la colaboración estrecha y constante entre humanos y máquinas, sin sustituir el pensamiento humano, proponiendo un modelo de trabajo en equipo donde se complementen.

Con respecto a lo anterior surge un dilema ético, que es si los medios, como servicio público, deberían ser transparentes en el uso de IA y, por lo tanto, si los usuarios deberían tener derecho a conocer que determinados contenidos, interacciones o resultados del uso de estos medios son fruto de algún tipo de IA. (Quian y Sixto-García, 2024, p. 477)

El periodismo de datos es un área de conocimiento relativamente joven, por lo que localizar una definición exacta resulta complejo. En la bibliografía se identifican varios intentos de definir el periodismo de datos.

Metodología

La presente investigación es de tipo exploratorio, se trata de una aproximación inicial en indagar la influencia de la inteligencia artificial en el ejercicio periodístico en la provincia de Cotopaxi, pretende comprender la percepción y utilización de la IA entre los profesionales de la comunicación en el centro del país. Roberto Hernández Sampieri (2014), explica: “estudios exploratorios se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso” (p. 91).

El número de periodistas se encuentra descentralizada, al no contar con un registro oficial en el Consejo de Comunicación, La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios [Fundamedios], así como en registros de las escuelas y colegios de periodistas. No obstante, dentro de estas bases de datos, los periodistas y comunicadores sociales, se encuentran dispersos en los diferentes medios de comunicación, tradicionales y digitales, se ha realizado un acercamiento individual para su participación en esta investigación.

Por esta razón, se ha utilizado el muestreo cuantitativo, entendiendo que la calidad de la información no está determinada por la cantidad, se refiere que “La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes” (Hernández-Sampieri, 2014, p. 15), siendo así; se ha seleccionado una población objetivo de 80 periodistas y comunicadores de los cantones: Latacunga, Salcedo, Pujilí, Saquisilí, Pangua, La Maná y Sigchos, para recolectar información relevante.

Se diseñaron encuestas cerradas estructuradas con preguntas de opción múltiple para obtener datos sobre el conocimiento, uso y percepción de la IA entre los periodistas, adicionalmente, se realizó una revisión bibliografía de artículos, tesis, informes, documentos web sobre inteligencia artificial, con el propósito de respaldar teóricamente la investigación.

La aplicación de la metodología busca presentar una triangulación que combina diferentes métodos y fuentes de datos, en este caso, se aplicaron las encuestas, se realizó búsqueda bibliográfica y se llevaron a cabo entrevistas a periodistas sobre el tema, para profundizar las preguntas realizadas en las encuestas. El interés es analizar la IA desde diversas perspectivas y obtener una visión más completa y precisa del objeto de estudio.

Resultados y Discusión

Posterior a la ejecución de la herramienta cuantitativa de encuestas que se realizó a periodistas o comunicadores sociales, se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta1: ¿En qué medio de comunicación trabaja?

Tabla 1

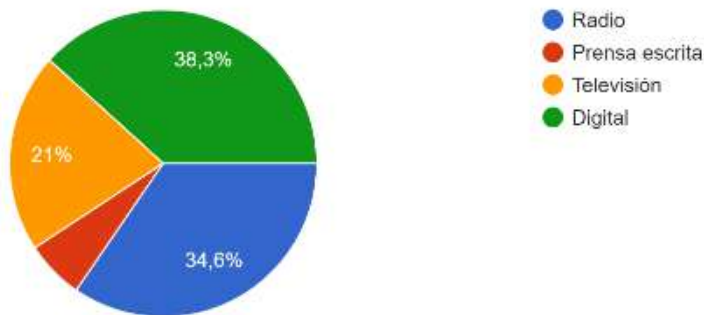
Medio de comunicación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	28	34,8 %
Prensa escrita	5	6,2 %
Televisión	17	21 %
Digital	31	38,3%
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 1

Porcentaje de personas que trabajan en medios



Nota: Elaboración propia de los autores

La encuesta que se realizó a 81 periodistas y comunicadores, encuentra que: el 38,3% labora en medios digitales, el 34,8% de los encuestados trabaja en radios, el 21% en televisión y el 6,2%, en prensa escrita.

Se desprende que los medios digitales se presentan como el segmento con mayor presencia, seguido de cerca por la radio y la televisión, la prensa escrita integra el segmento con menor representatividad, estos tres se encuentran en el segmento de medios tradicionales. A partir de los hallazgos presentados, se puede dar cuenta del escenario en el que obra la transformación digital, la cual va reconfigurando el sector de la comunicación y situándose la comunicación con mayor recurrencia en los medios digitales, no obstante, es necesario resaltar la vigencia de los medios tradicionales, que conservan un público importante y un rol en la creación de la agenda pública. El escenario en el que más se desarrolla el periodismo es el digital.

Pregunta 2: ¿Cree que la IA es una herramienta valiosa para el periodismo?

Tabla 2

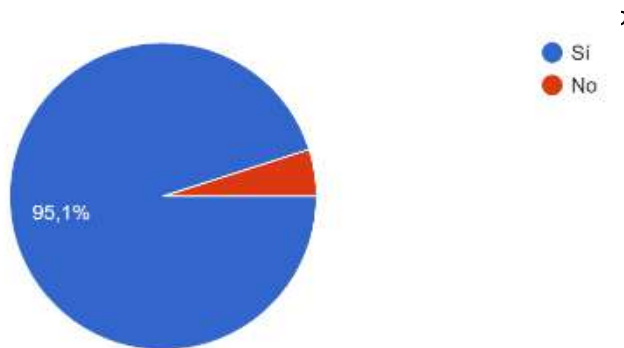
La IA es una herramienta valiosa para el periodismo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	95,1 %
No	4	4,9 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 2

Porcentaje



Nota: Elaboración propia de los autores

De los encuestados, el 95,1%, señalan que la IA representa una herramienta valiosa para el periodismo, mientras que un 4,9% de los encuestados manifestó su **desacuerdo** con la afirmación de que la IA es una herramienta útil para el periodismo.

Entre los encuestados sugirió una actitud abierta hacia la innovación, y se destaca el reconocimiento de que la IA podría usarse de manera más efectiva que los propios seres humanos. A los periodistas les impresiona que la IA fuera su aliada; se evidenció la tendencia general a favor de la IA y la oportunidad para reflexionar sobre su uso en el periodismo.

Pregunta 3: ¿Cómo la IA ayuda a los periodistas en su labor diaria?

Tabla 3

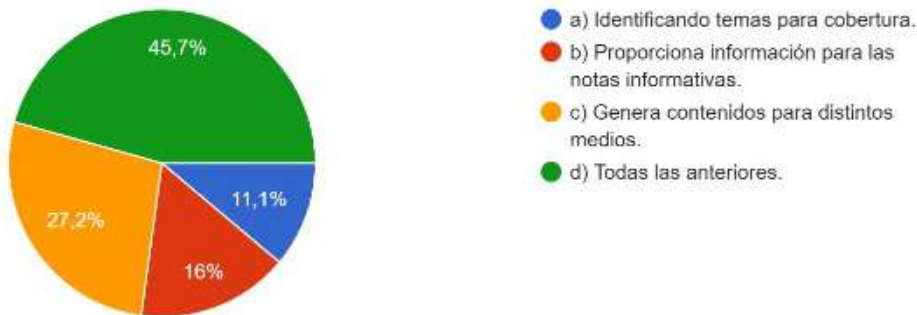
La IA ayuda a los periodistas en su labor diaria

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Identificando temas para cobertura.	9	11,1 %
Proporciona información para las notas informativas.	13	16 %
Genera contenidos para distintos medios.	22	27,2%
Todas las anteriores	37	45,7 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 3

La IA ayuda a los periodistas en su labor diaria



Nota: Elaboración propia de los autores

De acuerdo a la pregunta planteada el 11,1 % la utiliza para identificar temas para cobertura, 16 % proporciona información para las notas informativas, 27,2 % genera contenidos para distintos medios y el 45,7 % significativo de los periodistas aprovecha la IA para todas las tareas mencionadas anteriormente.

Las respuestas muestran cómo se podría utilizar la tecnología para mejorar el proceso periodístico, lo que daría como resultado un enfoque revolucionario para la generación y difusión de información. La IA es vista como una buena herramienta y los participantes dijeron que confiaban en poder realizar múltiples tareas, los periodistas vieron la IA como un recurso valioso y un compañero que los liberó para destinar ese tiempo a la investigación de campo y el pensamiento crítico.

Pregunta 4: ¿Cómo puede la IA mejorar la eficiencia de la producción de noticias?

Tabla 4

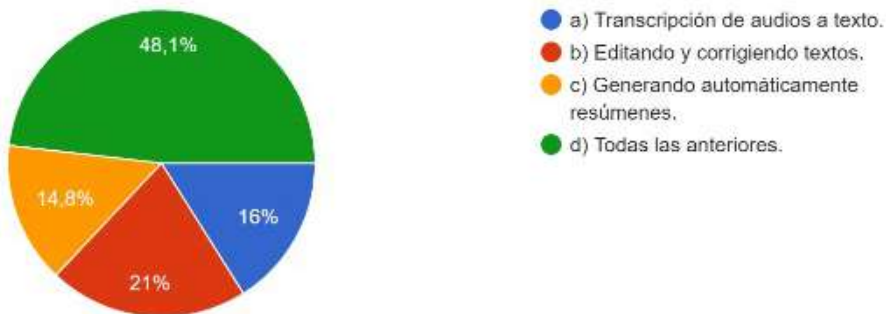
La IA puede mejorar la eficiencia de la producción de noticias

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Transcripción de audios a texto	13	16 %
Editando y corrigiendo textos	17	21 %
Generando automáticamente resúmenes	12	14,8 %
Todas las anteriores	39	48,1 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 4

La IA puede mejorar la eficiencia de la producción de noticias



Nota: Elaboración propia de los autores

La IA está siendo utilizada por los periodistas con mayor frecuencia para tareas de transcripción de audio a texto – el 16% – edición y corrección de textos – 21% – para la generación automática de resúmenes es menos común – un 14,8%; el 48,1% de los periodistas utilizan la IA para al menos una de estas tareas.

La pregunta, revela que las herramientas de la inteligencia artificial benefician a los periodistas en su vida diaria, los reporteros creen que la IA podría mejorar la eficiencia de la producción de noticias en diversas funciones, optimizar los procesos permitiendo un pensamiento más creativo. También creen que la IA les da tiempo para centrarse en su trabajo de contar historias significativas y relevantes.

Pregunta 5: ¿La IA puede generar noticias sin intervención humana?

Tabla 5

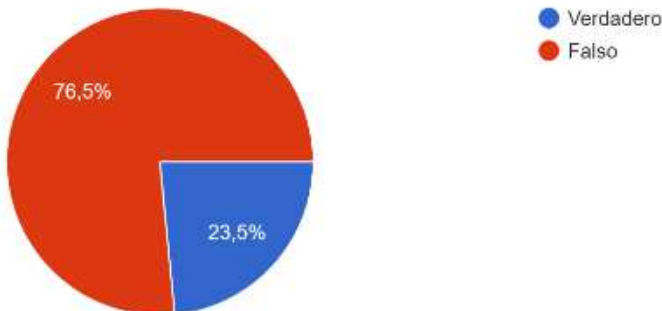
La IA puede generar noticias sin intervención humana

Opción	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	19	23,5 %
<i>No</i>	62	76,5 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 5

La IA puede generar noticias sin intervención humana



Nota: Elaboración propia de los autores

Un 76,5% de los periodistas considera que la intervención humana es indispensable para la creación de noticias. A pesar de la postura conservadora general, un 23,5% de los encuestados ve con buenos ojos la posibilidad de utilizar la IA para la generación de noticias.

Los encuestados se mostraron firmes en su postura de que las noticias necesitaban intervención humana, se demuestra la importancia de la interacción humana y el pensamiento crítico en el periodismo actual. Hacer noticias no es sólo algo mecánico, es un arte hábil que requería sensibilidad, contexto y una comprensión profunda de la realidad. La IA podría ser una buena herramienta para generar noticias sin intervención humana, eso piensa una cuarta parte de los encuestados.

Pregunta 6: ¿Cuáles son algunos desafíos del uso de la IA en periodismo?

Tabla 6

Desafíos del uso de la IA en periodismo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
La posibilidad de sesgos en los algoritmos de IA.	6	7,4 %
La necesidad de verificar la información generada por la IA.	35	43,2 %
La pérdida de puestos de trabajo para los periodistas humanos.	16	19,8 %
Todas las anteriores.	24	29,6 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 6

Desafíos del uso de la IA en periodismo



Nota: Elaboración propia de los autores

El 7,4% de los encuestados expresaron su preocupación por la posibilidad de sesgos en los algoritmos de IA, mientras que el 43,2% considera necesario verificar la información generada por la IA, esto se debe a que la Inteligencia Artificial puede generar información falsa o engañosa, lo que podría tener consecuencias negativas si no se verifica adecuadamente; el 19,8% de los encuestados teme que la IA pueda ocasionar la pérdida de puestos de trabajo para los periodistas humanos, y el 29,6% expresó su preocupación por todas las opciones anteriores.

En el uso de la IA, los periodistas de los siete cantones de Cotopaxi consideran importante verificar la información generada por esta herramienta, este hallazgo, subraya la necesidad de que los periodistas estén preocupados por la posibilidad de que la IA, cree contenidos falsos o engañosos, lo que tendría un impacto negativo en la credibilidad que tiene el periodista ante el público. Adicionalmente, los periodistas también temen a la pérdida de sus puestos de trabajo, considerando que la automatización sería una posible amenaza.

Pregunta 7: ¿Es importante que los periodistas comprendan cómo funciona la IA para poder usarla de manera responsable?

Tabla 7

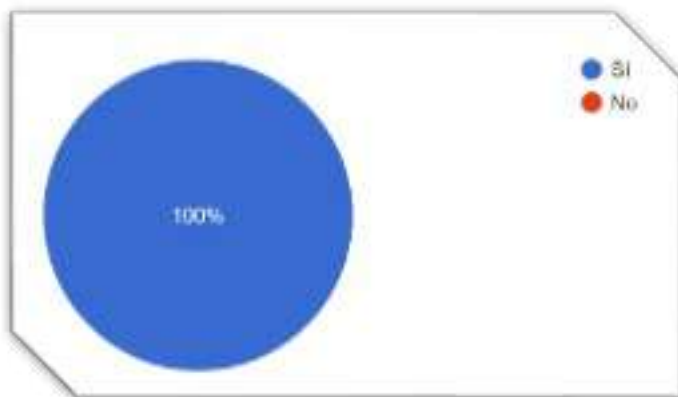
Los periodistas deben comprender cómo funciona la IA

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	100 %
No	0	0 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 7

Los periodistas deben comprender cómo funciona la IA



Nota: Elaboración propia de los autores

Interpretación – resultados pregunta 6

El 100% coinciden en la importancia de que los profesionales del periodismo comprendan el funcionamiento de la IA.

La tecnología cambia y evoluciona cada año, en los últimos 40 o 50 años, la revolución tecnológica digital ha dado muchos cambios, los encuestados sugieren que todos los periodistas deben tener un amplio conocimiento de cómo funciona la IA, esta es una respuesta reveladora con respecto a la comprensión que ofrecen los profesionales sobre la interacción de la tecnología y la ética en el campo periodístico. Además, aclara la importancia de saber no solo lo que la inteligencia artificial puede hacer, sino también sus limitaciones y el peligro que representa. Por lo tanto, a través de los encuestados, se hace evidente que la capacitación tecnológica no es una oportunidad, sino una necesidad apremiante.

Pregunta 8: ¿Cómo considera usted las noticias creadas por inteligencia artificial?

Tabla 8

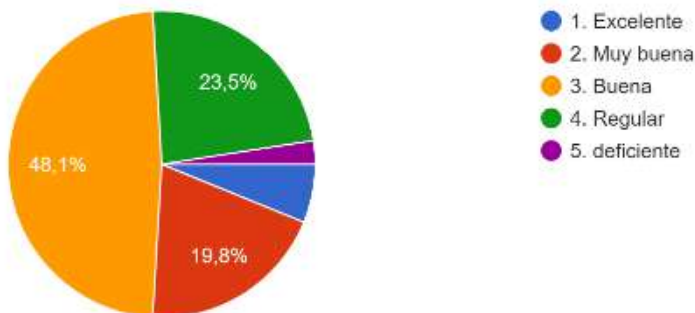
Como califica usted las noticias creadas por inteligencia artificial

Opción	Frecuencia	Porcentaje
<i>Excelente</i>	5	6,2 %
<i>Muy buena</i>	16	19,8 %
<i>Buena</i>	39	48,1 %
<i>Regular</i>	19	23,5 %
<i>Deficiente</i>	2	2,5 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 8

Como califica usted las noticias creadas por inteligencia artificial



Nota: Elaboración propia de los autores

De acuerdo con los resultados que se muestran en la figura 8, las personas que han valorado las noticias creadas por IA como «Buenas» es el 52, 2%, y «Muy buenas» el 21,7 %. Un porcentaje significativo 21,7% las califica como «Regulares» y un mínimo del 2,2 % como «Deficientes» al igual que «Excelentes».

Los encuestados consideraron que las noticias creadas por la IA son buenas, un porcentaje similar considera un nivel bajo, las respuestas revelaron lo reservados que siguen siendo los periodistas en general, donde la verdad y la honestidad son los principales valores. Además, los distintos niveles negativos sobre la calidad de las noticias generadas por IA mostraron que hay una complejidad, por lo tanto, la necesidad de un debate en curso sobre si y por qué la IA debería implementarse, sigue siendo un tema que pensar entre los comunicadores.

Pregunta 9: ¿Cómo califica usted el uso de la inteligencia artificial para el desarrollo de las actividades periodísticas? Donde 1 es lo más bajo y 5 es alto

Tabla 9

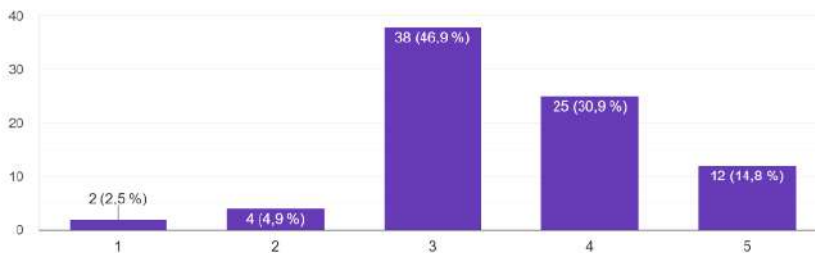
Como califica el uso inteligencia artificial

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	14,8 %
Muy buena	25	30,9 %
Buena	28	46,9 %
Regular	4	4,9 %
Deficiente	2	2,5 %
Total	81	100 %

Nota: Elaboración propia de los autores

Figura 9

Como califica el uso inteligencia artificial



Nota: Elaboración propia de los autores

La mayoría de las personas que han valorado el uso de la inteligencia artificial [IA] en el periodismo califica en un rango de «3» que equivale al 46,9%, seguido de 30,9% en valoración «4» y 14,8 % califica en «5 «a la IA. La calificación en «1» es 2,5% y 4,9 a % califica que el uso inteligencia artificial con un «2».

Las noticias generadas por la IA son, generalmente, bien recibidas y muchas personas aprecian su valor. Aunque algunos puedan tener preocupaciones, la mayoría de los periodistas reconocen el potencial de la IA para mejorar la creación de contenido informativo. Las respuestas demostraron que la gente todavía es cuidadosa en el periodismo, donde ser honesto y «hacer lo correcto» es muy importante. La gente tenía opiniones diferentes sobre qué tan buenas eran las noticias generadas por la IA, lo que dejó en claro que debemos seguir hablando sobre cómo usar la IA y la capacitación permanente para conocer el manejo adecuado de cada una de las herramientas.

Como parte de la metodología, se realizó una pregunta abierta, en la que los periodistas indicaron que la aplicación que más utilizan es ChatGPT, de tal manera que el 50% de personas encuestadas lo emplean, otros emplean herramientas como Perplexity, Gemini, IA Google y Edge, mientras que también hubo respuestas que afirman que no utilizan la IA, especialmente, quienes trabajan en los medios de televisión local de señal abierta y de televisión por cable.

Para enriquecer la información recopilada, se recabaron opiniones de periodistas en ejercicio, que dieron su criterio respecto del uso de la IA en el periodismo.

Según el periodista Alex Llanos, el uso de la inteligencia artificial en la comunicación es muy importante y valioso, siendo que, en lo personal, le ha servido mucho. Le ayuda a la generación de contenido en diferentes áreas de producción. El periodista considera que como toda herramienta tecnológica es necesario conocerla y aplicarla, esa es la clave: prepararse de tal manera que esa herramienta sume al trabajo diario con base en la capacitación continua. La inteligencia artificial, al igual que todo avance, llega a quedarse y desarrollarse, motivo por el cual, el profesional debe ir a la par en la capacitación y conocimiento, para que se pueda aplicar de manera idónea en las actividades profesionales diarias. (Llanos, comunicación personal, 2024).

Por su parte, la periodista local Gloria Taco señala:

Bueno, desde mi experiencia laboral, yo utilizo inteligencia artificial en un programa que graba el audio, pero a la vez también transcribe el texto. Esto me ha ayudado, sobre todo en los momentos en los que debo subir rápido la nota, a realizarle en menor tiempo la nota, pero no se deja de lado, por ejemplo, el tema de contrastar, de ver también una nota bien trabajada. El obstáculo es que hay que volver a revisar los datos que se copian y volver a escuchar el audio, porque muchas veces las palabras que se transcriben son otras, o las cifras que se dan son muy diferentes a la realidad, entonces hay que volver a hacer el tema de revisar nuevamente los datos y contrastar la información antes de publicarla en los medios de comunicación.

Y el reto sería que existiera un sistema que nos permita también verificar el tema de faltas de ortografía, porque por más experiencia que tengamos, siempre se nos va a ir una falta de ortografía durante la redacción de los textos. (G. Taco, comunicación personal, 4 de septiembre del 2024).

Existe una percepción general de la importancia de incluir en el periodismo la IA, como lo señalan expertos integración de la Inteligencia Artificial I [IA] en el periodismo ha revolucionado varios aspectos de la profesión, incluyendo la recopilación de noticias, la producción de contenidos y la interacción con la audiencia. “El mundo interconectado que nos proporciona Internet, la Inteligencia Artificial y la Robótica modificará en breve la rutina de nuestras vidas, si es que no lo está haciendo ya” (Salazar, 2018, p. 304).

La inteligencia artificial está para mejorar el proceso editorial, además, puede proporcionar formas de comprender y compartir coberturas. Sin embargo, es fundamental equilibrar el uso de la IA con el juicio humano y la ética periodística para mantener la integridad y la calidad del periodismo a nivel mundial.

La inteligencia artificial está transformando en positivo el periodismo, “Para mejorar la eficiencia, pero la supervisión humana es esencial para garantizar la ética y la imparcialidad en la producción de noticias automatizadas” (Mora-Tarira y España-Villamar, 2024, p. 11).

Es indispensable saber que el uso del celular ya es parte del ejercicio profesional al igual que la IA, pero siempre bajo la premisa que para aplicarlas será necesaria la supervisión humana. “Esta nueva forma de periodismo proviene del desarrollo de las nuevas tecnologías de finales del siglo XX” (Hinojosa et al., 2016, p. 6). Por lo tanto, los periodistas pueden cubrir noticias de manera más dinámica y en tiempo real gracias a la accesibilidad y portabilidad de los teléfonos inteligentes, así como a la variedad de aplicaciones disponibles.

“El periodismo nunca dejará de existir, sino que utilizará nuevos medios para expresarse, como ha ocurrido siempre” (Hinojosa et al., 2016, p. 7). No obstante, la adopción de estas aplicaciones no solo optimiza el flujo de trabajo, sino que también mejora la calidad y rapidez de la cobertura informativa.

Conclusiones

La inteligencia artificial está cambiando significativamente las tareas y rutinas diarias de los periodistas, en el presente estudio desarrollado en la provincia de Cotopaxi, y aunque su aplicación no es total, ya han provocado nuevos desafíos y responsabilidades para los periodistas, tales como la supervisión de contenidos, verificación de la información generada por algoritmos, de tal manera, que, al comprender el funcionamiento de las distintas herramientas de IA, garantizará la ética en el uso de las nuevas tecnologías para desarrollar un producto verificado y confiable para las audiencias.

Los periodistas en Cotopaxi comprenden la importancia de la aplicación de la IA en su trabajo y la necesidad de conocer la amplia gama de herramientas y aplicaciones de inteligencia artificial que pueden mejorar su trabajo diario, además de la certeza que debe existir para verificar la información generada por los algoritmos en la IA que utilice. Su implementación requerirá un equilibrio entre la innovación y la ética. Aquí, la importancia de cultivar un periodismo que, al integrar la tecnología, mantenga su compromiso con la veracidad y la responsabilidad social en la búsqueda de la verdad.

ChatGPT no es la única herramienta de inteligencia artificial para realizar las diferentes tareas periodísticas. Junto al desarrollo de las aplicaciones y dispositivos móviles o fijos, las herramientas de la IA van evolucionando, con el empleo de ChatGPT, Bard y Gemini, a través de un audio en MP3, se puede realizar la redacción de una nota informativa, revisión gramatical y concordancia, siempre y cuando, empleando los *prompt* correspondientes.

En la actualidad, existe una diversidad de herramientas de IA que un periodista puede conocer y manejar, estas, deben ser empleadas de manera responsable y ética, garantizando la calidad, la veracidad y la objetividad de la información que se vaya a generar y difundir, algunas de las herramientas de IA disponibles son:

- “Deepdreamgenerator”, generador de video, a partir de un texto;

- “Perplexity AI”, parte de una idea principal y escribe un texto en la extensión que se requiera;
- “App.transkriptor”, de un audio, transcribe a texto
- “Toolbaz”, genera un texto narrativo tipo cuento
- “Habra- YOUTUBE extract trasncripts”, transcribe a texto un video que se encuentre en YouTube
- “Content ideas generator”, genera ideas de palabras claves
- “Copilot” y “Artbreeder”, trabaja con base en una fotografía para generar nuevas imágenes
- “Stablediffusionweb”, es un generador de imágenes a partir de texto.

La intervención humana en la creación de noticias seguirá siendo fundamental, el futuro del periodismo en un mundo cada vez más influenciado por la inteligencia artificial, ofrece oportunidades para mejorar la eficiencia y la producción de noticias, al tiempo que plantea riesgos que requieren una atención cuidadosa y la necesidad de un diálogo continuo sobre cómo integrar la tecnología en el periodismo sin comprometer sus principios fundamentales. Es importante la formación continua en el uso que brinda la IA, no solo como una herramienta, sino como un aliado en la búsqueda de la verdad y la calidad informativa, al integrar la tecnología, se debe mantener la responsabilidad social.

Referencias

- Aguirre–Montes, J. S. y Echeverry–Flórez, H. M. (2023). *Inteligencia Artificial (IA): ¿amigo o enemigo de las profesiones?* EIEI ACOFI. <https://doi.org/10.26507/paper.3238>
- Arbe, R. A. (2023). *La aplicación de Chat GPT en el periodismo: cómo la inteligencia artificial puede cambiar la forma de producir y consumir noticias* [Tesis de Titulación de Grado]. Universidad Abierta Interamericana. <https://repositorio.uai.edu.ar/items/60128104-2e84-4141-80ff-ff2415ee188a>
- Autor, D., Mindell, D., y Reynolds, E. (2020). *Inteligencia Artificial y Trabajo. El trabajo del futuro: modelando la tecnología y las instituciones*. https://forocilac.org/wp-content/uploads/2021/03/4-panorama_ESP_dic2020-WEB.pdf
- Benhamou, S. (2022). *La transformación del trabajo y el empleo en la era de la inteligencia artificial Análisis, ejemplos e interrogantes*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://n9.cl/c0vov>
- Bilton, R. (30 de 10 de 2018). *La BBC utiliza chatbots para dar contexto a noticias complejas*. <https://ijnet.org/es/story/la-bbc-utiliza-chatbots-para-dar-contexto-noticias-complejas>
- Campuzano–López, J., Pazmiño–Campuzano, M. F., y San–Andrés–Laz, E. M. (2021). Dispositivos móviles y su influencia en el aprendizaje de la Matemática. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 663–684. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8231673>

- Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1), 53–69. Obtenido de <file:///C:/Users/nathy/Downloads/3-3005.pdf>
- Cantos, S. G. (2024, 30 de enero). Telemazonas tiene a su primer presentador creado con inteligencia artificial. *El Universo*. [Portal informativo]: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/television/telemazonas-tiene-a-su-primer-presentador-creado-con-inteligencia-artificial-nota/>
- Cordova, L. (2022). *El periodismo móvil aplicado en medios de comunicación digital. Caso ND noticias* [Tesis de Titulación de Grado]. Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12497/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000720.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cornia, A., Sehl, A. y Nielsen, R. (2017). *Desarrollo de noticias digitales digitales en Medios del sector privado. Reuters Institute for the Study of Journalism report*. <https://n9.cl/d8b9x>
- Cruz-Lucas, G., Delgado-Tejeda, L., Ponce-Solorzano, B., y Marcillo-Merino, M. (2022). Riesgos de seguridad de los datos en la web. *Journal TechInnovation*, 1(2), 43–49. <https://doi.org/10.47230/Journal.TechInnovation.v1.n2.2022.43-49>
- De-Lara-González, A., García-Avilés, J. A., y Arias-Robles, F. (2022). Implantación de la Inteligencia Artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los

profesionales. *Textual & Visual Media*, 1(15), 1–16. <https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.001>

Espin, R., Jaramillo, B., Montalvo, A., Yupa, C., y Vivas, N. M. (2022). *Las tecnologías Power Line Communications y LiFi como una alternativa de acceso a Internet para las zonas rurales de Ecuador*. GEEKS DECC-REPORTS, 7(1), 7–14. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/geeks/article/view/2579/2198>

Espinosa-Baquero, C. (2024, 23 de junio). IA medios Ecuador: no basta con automatizar. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/ia-medios-ecuador-basta-con-automatizar-christian-espino-baquero-6aqge/>

Franganillo, J. (2022). Contenido generado por inteligencia artificial: oportunidades y amenazas. *Anuario ThinkEPI*, (16), 1–11. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a24>

France24. (2 de 07 de 2023). Gigante chino Baidu anuncia desarrollo de chatbot con inteligencia artificial. <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20230207-gigante-chino-baidu-anuncia-desarrollo-de-chatbot-con-inteligencia-artificial>

Fuentes Morán, T., Domínguez Santana, F., & Travieso Rodríguez, C. (2023). La inteligencia artificial como herramienta lexicográfica: estudio analítico sobre el rendimiento de CHATGPT, COPILOT y GEMINI en unidades léxicas del español. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 62(1), 13–38. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-48832024000100102&script=sci_arttext

- Galindo, J. (05 de 06 de 2020). Inteligencia artificial y medios: renovarse o morir. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/inteligencia-artificial-y-medios-renovarse-o-morir/>
- García-Avilés, J. (2019, 2 de noviembre). El impacto de la Inteligencia Artificial en el periodismo. <https://mip.umh.es/blog/2019/11/02/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo/>
- Gilli, J. J. (2017). La transparencia como objetivo del desarrollo sostenible. *Ciencias Administrativas*, 43-50. <https://www.redalyc.org/journal/5116/511653847004/511653847004.pdf>
- González, F. (31 de 01 de 2024). The New York Times apuesta por la IA para optimizar su sala de redacción. Obtenido de WIRED: <https://es.wired.com/articulos/the-new-york-times-apuesta-por-la-ia-para-optimizar-su-sala-de-redaccion>
- Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw- Hill/Interamericana Editores. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hinojosa, M., Robayo, C., y Maldonado, M. (2016). Los inicios en el periodismo digital. Editorial Académica Española. https://www.researchgate.net/profile/Monica-Maldonado-4/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital/links/576bec9908ae9bd70995daa0/Los-inicios-en-el-periodismo-digital.pdf

- Hornyak, T. (30 de 10 de 2018). *Periódico japonés utiliza IA para aumentar la velocidad y precisión de sus resúmenes diarios*. <https://ijnet.org/es/story/peri%C3%B3dico-japon%C3%A9s-utiliza-ia-para-aumentar-la-velocidad-y-precisi%C3%B3n-de-sus-res%C3%BAmenes-diarios>
- Lanzagorta-Ortega, D., Carrillo-Pérez, D., y Carrillo-Esper, R. (2022). Inteligencia artificial en medicina: presente y futuro. *Gaceta médica de México*, 158(Supl. 1), 55-59. https://www.gacetamedicademexico.com/frame_esp.php?id=780
- Llanos, A. (2024). Comunicación personal, Entrevistado por Nataly Guerrero. 13 de septiembre del 2024).
- López-Rodríguez, A. (2023). *Construcción de un sistema de Inteligencia Artificial para la transcripción de audio a texto para la gestión de incidencias* [Tesis de Maestría]. Universidad de Zaragoza. <https://zaguan.unizar.es/record/133823/files/TAZ-TFM-2023-995.pdf?version=1>
- Lopezosa, C. y Codina, L. (2023). ChatGPT y programas CAQDAS para el análisis cualitativo de entrevistas: pasos para combinar la inteligencia artificial de OpenAI con ATLAS.ti, Nvivo y MAXQDA. DigiDoc. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/55477>
- Lopezosa, C., & Codina, L. (2023). Probando Bard: así funciona la nteligencia Artificial Generativa de Google. Anuario ThinkEPI, 17. doi:<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a25>

- McMullin, C. (2023). Transcription and Qualitative Methods: Implications for Third Sector. *Voluntas*, (34), 140–153. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00400-3>
- Mondría–Terol, T. (2023). Innovación Mediática: aplicaciones de la inteligencia artificial en el periodismo en España. *Textual & Visual Media*, 17(1), 41–60. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/323>
- Mora–Tarira, W. J. y España–Villamar, M. C. (2024). *Inteligencia artificial y sus ventajas en las investigaciones periodísticas en Ecuador*. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15922/TIC-UTB-FCJSE-COMUNICACION-000019.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Morales–Chan, M. (2023). Explorando el potencial de Chat GPT: Una clasificación de Prompts efectivos para la enseñanza. *Mirage*. <https://biblioteca.galileo.edu/xmlui/handle/123456789/1348>
- Quian, A. y Sixto–García, J. (2024). Inteligencia artificial en la prensa: estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital. *Revista de Comunicación*, 20(1), 457–483. <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3374>
- Rojas–Torrijos, J. (2021). *Periodismo semiautomatizado: reforzando la ética para aprovechar al máximo la inteligencia artificial en la redacción de noticias*. *News MediaInnovation Reconsidered: Ethics and Values in a Creative Reconstruction of Journalism*, 124–13. <https://n9.cl/ocp80>

- Ruiz–Cano, D. (2024, 27 de julio). *The Washington Post experimenta con la IA pero pone límites*. <https://www.programaticaly.com/portada/the-washington-post-experimenta-ialimites#:~:text=Pero%20The%20Washington%20Post%20no,y%20realizar%20an%C3%A1lisis%20de%20sentimiento>.
- Salazar–García, I. A. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo. *Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 22. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/821>
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729/42172>
- Taco, G. (2024). Comunicación personal. Entrevistado por Nataly Guerrero. 4 de septiembre del 2024.
- Thurman, N. L. (2019). Algorithms, Automation, and News. *Digital Journalism*, 7(8), 980–992. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1685395>
- Túñez–López, J. M., Toural–Bran, C., y Cacheiro–Requeijo, S. (2018). Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España. *Profesional De La información*, 27(4), 750–758. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>

- Vallés-Esteve, J. (2023). *Generación automatizada de contenidos informativos* [Tesis de Titulación de Grado]. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/202858>
- Yépez-Reyes, V. y Cruz-Silva, J. (2024). Inteligencia artificial en la transcripción de entrevistas. *Contratexto* (41), 183-202. <https://doi.org/10.26439/contratexto2024.n41.6750>
- Zuazo, N. (2023). Periodismo e inteligencia artificial en América Latina. UNESCO. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información*. <https://historialimagen.cl/wp-content/uploads/2024/04/periodismo-ia-unesc.pdf>