

## **Divulgación Científica en los Medios Digitales de Ecuador: Coberturas de Inteligencia Artificial en El Universo y Primicias**

### **Scientific Communication in Ecuador's Digital Media: Artificial Intelligence Coverage in El Universo and Primicias**

Joffre Rea-Zurita<sup>1</sup>

Estudiante Titulado de la Carrera de Comunicación Social

[jsrea@uce.edu.ec](mailto:jsrea@uce.edu.ec)

Andrés Luna-Montalvo<sup>2</sup>

Docente

[aaluna@uce.edu.ec](mailto:aaluna@uce.edu.ec)

Iván Aldaz-Yépez<sup>3</sup>

Docente

[ipaldaz@uce.edu.ec](mailto:ipaldaz@uce.edu.ec)

Universidad Central del Ecuador

Quito, Ecuador

1 Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador (2023). Ejerce la Comunicación Digital desde el 2018. Productor y posproductor de contenidos transmedia. Actualmente se desempeña como Community Manager en entidades públicas y privadas. Analista de datos. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8175-1936>

2 Doctor en Investigación Educativa por la Universidad de Alicante (2022). Magíster en Comunicación con especialidad en Nuevas Tecnologías de la Información por la Universidad Andina Simón Bolívar (2010). Docente en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador y de la Maestría en Comunicación, mención en Comunicación Digital de la Universidad Estatal de Bolívar. Ejerce el periodismo desde 2003. Se desempeñó en Diario La Hora en el área de política y formó parte de proyectos de comunicación en la Presidencia de la República y el Municipio de Quito. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4188-3869>

3 Magíster en Periodismo y Comunicación Digital por la Universitat Oberta de Catalunya (2019) y Magíster en Periodismo de Agencia en la Universidad Rey Juan Carlos (2009). Profesor titular en la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Central del Ecuador. Experiencia como Director Editorial en medios especializados en temas económicos y empresariales, entre los que se destaca Revista Ekos. Actualmente es Director Editorial de medios digitales y consultor en Comunicación para diferentes organizaciones en el país. <https://orcid.org/0009-0004-1903-1760>

## Resumen

La Inteligencia Artificial (IA) ha marcado un hito en la ciencia y la generación de contenidos a nivel global y en Ecuador.

Las imágenes generadas por IA, el uso de ChatGPT y la producción audiovisual reciente justifican el enfoque de esta investigación. Este artículo aborda la divulgación científica sobre la IA en Ecuador a través de las plataformas digitales de dos medios de comunicación: *El Universo* y *Primicias*.

En primer lugar, se examina la cobertura mediática de los avances en IA, evidenciando el alto grado de intervención humana en su funcionamiento y uso. Seguidamente, se realiza un análisis de contenido de los dos primeros meses de 2024, que permite observar los hábitos de consumo informativo de los ecuatorianos y su interés en este tipo de cobertura científica. Además, se incluye una serie de entrevistas para explorar diferentes perspectivas de profesionales vinculados al periodismo y al manejo de la IA. Entre los entrevistados se encuentran dos expertos en IA, un periodista científico y un editor de *El Universo*, con el objetivo de articular los lineamientos que definen la relación entre periodismo científico e IA en el contexto ecuatoriano. Para ello, se emplea una metodología mixta en la investigación, alcanzando un análisis integral de los datos recopilados

Finalmente, el artículo presenta conclusiones relacionadas con los géneros periodísticos más utilizados en las coberturas de IA y la cantidad de publicaciones, donde *El Universo* se destaca por un mayor número de notas periodísticas, mientras que *Primicias* sobresale por la inclusión de contenido multimedia. Aunque ambos medios

son identificados por los entrevistados con la agenda política y económica, se reconoce su contribución al periodismo científico a través de la difusión de producción periodística propia o de agencias internacionales sobre IA.

**Palabras clave:** inteligencia artificial, periodismo científico, medios digitales

### Abstract

Artificial Intelligence (AI) has marked a milestone in science and content generation both globally and in Ecuador. AI-generated images, the use of ChatGPT, and recent audiovisual production justify the focus of this research. This article examines scientific dissemination on AI in Ecuador through the digital platforms of two media outlets: *El Universo* and *Primicias*.

First, it examines media coverage of AI advancements, highlighting the significant degree of human intervention in its functioning and use. Subsequently, a content analysis of the first two months of 2024 is conducted, allowing observation of Ecuadorians' information consumption habits and their interest in this type of scientific coverage. Additionally, a series of interviews are included to explore different perspectives from professionals related to journalism and AI management. Among the interviewees are two AI experts, a science journalist, and an editor from *El Universo*, aiming to articulate the guidelines that define the relationship between scientific journalism and AI in the Ecuadorian context. For this purpose, a mixed methodology is employed in the research, achieving a comprehensive analysis of the data collected.

Finally, the article presents conclusions related to the journalistic genres most commonly used in AI coverage and the number of publications, where *El Universo* stands out for having more journalistic notes, while *Primicias* excels in the inclusion of multimedia content. Although both media outlets are identified by the interviewees with the political and economic agenda, their contribution to scientific journalism is recognized through the dissemination of their own journalistic production or that of international agencies on AI.

**Keywords:** artificial intelligence, science journalism, digital media

## Introducción

A partir de la pandemia de la COVID-19, el periodismo científico adquirió una mayor relevancia para las audiencias debido a la importancia de los contenidos relacionados con el tratamiento y la prevención de esta enfermedad. En 2020, los temas científicos ocuparon un porcentaje significativo en la programación de los medios de comunicación, lo que exigió un tratamiento riguroso y verificado de la información para superar la incertidumbre generada por la crisis sanitaria (Ortiz-Núñez y Stable-Rodríguez, 2021). Argelia Ferrer (2021) asegura que el impacto de la COVID-19 alteró distintos escenarios de la sociedad y por lo tanto ganó una mayor presencia en la agenda informativa. La irrupción y el consumo del Periodismo Científico fue en crecimiento progresivo mientras se informaba sobre virus y vacunas; “desde el punto de vista periodístico, la irrupción en el mundo de la COVID-19 tiene todos los elementos y factores que la hacen material apropiado para convertirla en noticia, entre ellos proximidad, actualidad, importancia, conflicto,

afectación a grandes grupos humanos, interés político y económico, descubrimientos y hasta suspenso” (p. 141).

Para el año 2023, el interés por los temas de salud fue desplazado por la curiosidad en torno a una nueva tecnología basada en la Inteligencia Artificial [IA]. Esta tecnología captó la atención tanto en Ecuador como a nivel global, especialmente con la aparición de sistemas autónomos que generan contenidos en plataformas digitales. Cabe recordar que, en 2014, “el periódico *Los Angeles Times* utilizó el software Quakebot para elaborar historias sobre movimientos sísmicos” (Ríos, 2023).

Belenguer-Jané (2003) señala que el periodista tiende a informar, mientras que el científico divulga ciencia a través de los medios masivos, además de que el periodista científico contribuye a la formación de la sociedad (p. 44). Por su parte, Manrique-Villanueva y Duque-Soto (2020) sostienen que el periodismo científico enfrenta retos en la era digital para construir narrativas sobre ciencia, y que las plataformas web permiten a las masas acceder al conocimiento científico (p. 16).

En este artículo se analiza la cobertura de los medios digitales *El Universo* y *Primicias*, con el objetivo de comprender sus perspectivas actuales en cuanto a la generación de contenidos. *Primicias* es un medio nativo digital de carácter generalista que se fundó en mayo de 2019. Según María Isabel Aguilar (2022), “su creación no ha pasado desapercibida ni alejada de la polémica, debido a su vínculo con el banquero y empresario ecuatoriano Fidel Egas” (p. 33).

En cuanto a *El Universo*, se trata de un medio de comunicación con una larga trayectoria en su versión impresa, fundada el 16 de septiembre de 1921 por Ismael Pérez Pazmiño. En la actualidad, su versión digital es la más visitada del país, con 19,14 millones de visitas, seguida por *Primicias*, que registró 11,27 millones de visitas durante enero de 2024, según el estudio de Del-Alcázar (2024, p. 6).

Ambos portales digitales, junto con sus publicaciones en redes sociales, permiten valorar la relación entre la divulgación científica y el tema de estudio, en este caso, la cobertura sobre Inteligencia Artificial. El estudio persigue tres objetivos específicos. Primero, analizar el contenido relacionado con la Inteligencia Artificial (IA) en los medios digitales *El Universo* y *Primicias* desde el 1 de enero de 2024 hasta el 29 de febrero de 2024, un período marcado por la irrupción de esta tecnología y su presencia en los espacios editoriales de dichos medios.

El segundo objetivo es explorar la relación entre la IA y su incidencia en la sociedad ecuatoriana a partir de la divulgación científica sobre IA en estos medios y los géneros periodísticos que se emplean para referirse a ella. Finalmente, se busca conocer las percepciones de expertos en Inteligencia Artificial y Periodismo Científico, así como la perspectiva de un director editorial de uno de los medios analizados. A través de un estudio sobre la cobertura científica en *El Universo* y *Primicias*, esta investigación busca aportar al debate académico y establecer conclusiones sobre la exposición de la Inteligencia Artificial en el contexto mediático ecuatoriano.

## Fundamentación Teórica

### ***Divulgación Científica y Periodismo Científico***

La divulgación científica se encarga de presentar información basada en ideas científicas sustentadas en una investigación que incluye conocimiento, problemática, hipótesis y resultados (Belenguer-Jané, 2003). La ciencia y su divulgación contribuyen a la comprensión del conocimiento científico, al tiempo que promueven la formación de la opinión pública en torno a estos temas. Como menciona Cabrera-Espín (2022), divulgar ciencia influye en el sistema de valores de la sociedad y facilita la concepción de cada avance científico.

Los símbolos, reflexiones y opiniones juegan un papel clave en la exposición de los avances científicos y su difusión periodística. En el entorno digital, la posibilidad de crear contenidos o productos comunicacionales especializados es mayor, lo que favorece la retroalimentación. Sin embargo, aunque el *feedback* en la virtualidad ofrece una cobertura suficiente en cuanto a ciencia, el simple acto de replicar contenido sin una investigación adecuada puede derivar en un periodismo superficial, caracterizado por la falta de profundidad y por la práctica de ‘copiar y pegar’ información científica (Romero-Flores, 2023).

La cobertura informativa sobre temas científicos, sin embargo, tiene también una contraparte especulativa y de desinformación. En el contexto de la pandemia del COVID-19, el número de noticias falsas se incrementó de forma proporcional al flujo informativo generado por

la incertidumbre y la necesidad de conocimiento de la sociedad, derivando en que el 44% de españoles se vea expuesto a encontrar *Fake News* en las redes sociales y en las aplicaciones de mensajería (Alonso-González, 2021).

### ***Periodistas y Audiencias Frente a la Ciencia***

Uno de los grandes retos del periodismo radica en la gestión de información especializada, especialmente cuando el equipo periodístico no cuenta con las herramientas necesarias para abordar estos contenidos, que con frecuencia están relacionados con temas económicos, legales y científicos. En el caso de la ciencia y la tecnología, la cobertura suele ser superficial, lo que facilita la difusión de información errónea en diversos formatos y narrativas, afectando la comprensión de las audiencias.

Becerra (2020) revela que la desinformación surge principalmente de la difusión de información falsa con el propósito de engañar a la audiencia. Esta situación genera confusión y desconcierto, aunque no siempre responde a una intencionalidad. En muchos casos, la desinformación se debe a una investigación deficiente o inexistente. La corrección de estos errores exige una investigación rigurosa con fuentes fiables para validar o refutar el contenido, en lugar de priorizar la rapidez de la publicación de una primicia.

La oferta y demanda de contenidos en los medios de comunicación, tanto digitales como tradicionales, dependen en gran medida de la consistencia de su proceso periodístico. Sin embargo, las líneas editoriales suelen relegar la información científica, considerándola de menor relevancia

en los hábitos de consumo informativo de las audiencias (Cabrera-Espín, comunicación personal, 2024). Así, el comportamiento del público se convierte en un indicador para interpretar o identificar segmentos vinculados a hechos científicos. No obstante, en los medios digitales, la idea de un sistema bidireccional entre el medio y la audiencia se mantiene en suspenso, a pesar de las posibilidades de participación o reacción que ofrece la tecnología.

La transformación del usuario en prosumidor se debe al poder que le otorga la web para producir y consumir contenidos. Este cambio permite captar nuevos intereses y segmentar las audiencias hacia contenidos específicos, como es el caso de la ciencia. Carpio-Frixone (2021) subraya la importancia de destinar recursos para conectar los temas científicos con la audiencia y reducir la brecha entre la ciencia y los medios.

### ***Inteligencia Artificial y su Incidencia en la Sociedad Ecuatoriana***

La Inteligencia Artificial [IA] comenzó como un intento de analizar el comportamiento humano y, en la actualidad, ofrece soluciones a problemas complejos gracias a su capacidad de procesamiento matemático y físico (Thomas, 2001). Su funcionamiento se basa en algoritmos que permiten realizar operaciones matemáticas a gran velocidad, generando respuestas y predicciones. Con el tiempo, la IA se ha convertido en un imitador del comportamiento humano, especialmente en aspectos como la creatividad, el uso del lenguaje y la comprensión.

La globalización y la adopción de nuevas tecnologías han generado cambios profundos en el ámbito laboral, similares a los que provocó la Revolución Industrial. En el entorno laboral actual, la IA ha mutado hacia un tipo de servicio que busca mejorar la competitividad y la eficiencia en el uso de materiales y mano de obra, aunque también plantea desafíos para la seguridad social de los trabajadores (Cisneros–Zuñiga et al., 2021).

En Ecuador, la IA ya está presente en diversas aplicaciones, como servicios de salud, transporte y ciberseguridad (Pabon et al., 2023). En el campo del marketing, la IA se utiliza para personalizar mensajes y mejorar la experiencia del cliente (Zúñiga–Vásquez et al., 2023). Además, se destaca su capacidad para generar contenido educativo personalizado sin intervención humana.

En el ámbito educativo, estudios recientes (Andrade–Peña et al., 2024) señalan que la implementación de herramientas basadas en IA en la educación secundaria en Ecuador redefine la enseñanza, aunque enfrenta desafíos relacionados con el acceso a la tecnología. De hecho, la irrupción de la inteligencia artificial lleva apenas dos años, por lo que sus debates aún no han logrado superar sustancialmente la dicotomía maniquea del cómo o cuándo podríamos ser sustituidos por ella. Es necesaria una “colaboración Hombre–Máquina: Mira a la IA como un colaborador más. Identifica qué tareas puede asumir y cómo potencia tus habilidades, en lugar de verla como un reemplazo” (Jiménez, 2024).

Conforme avanza la tecnología, es probable que los sistemas de IA se vuelvan más sofisticados, ocupando tareas creativas y complejas. Esta evolución requiere una preparación adecuada para su adopción, de manera que la IA no represente una amenaza, sino una oportunidad para el desarrollo humano. La amplitud de la IA sugiere que su cobertura en medios es decisiva para determinar si existe una divulgación científica efectiva sobre el tema en el contexto ecuatoriano.

### **Hipótesis**

La cobertura periodística de *El Universo* y *Primicias* contribuye en la formación de la opinión pública sobre la Inteligencia Artificial, siendo los medios digitales un factor clave en la divulgación científica y en la conexión con sus audiencias.

### **Metodología**

Esta investigación adopta una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Este recurso permite complementar y particularizar la información teórica, asegurando consistencia y una comprensión integral de los resultados (Chaves-Montero, 2018). La investigación se desarrolló en tres fases.

En la primera fase, se realizó un análisis cuantitativo de los artículos relacionados con la Inteligencia Artificial (IA) publicados en los medios digitales *El Universo* y *Primicias* durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 29 de febrero de 2024. Este análisis se centró en identificar la aplicación del periodismo científico en

el tratamiento de temas vinculados a la IA, considerando las coberturas de ambos medios, lo cual permitió obtener una panorámica sobre cómo y cuánto se trata sobre esta tecnología en la prensa ecuatoriana.

Una segunda fase exploró la relación entre la divulgación científica sobre IA y su impacto en la sociedad ecuatoriana. Para ello, se analizaron los géneros periodísticos, las secciones y los autores de los artículos publicados, evaluando la manera en que los medios abordan el papel de la IA en la sociedad y su relevancia como tema de interés público.

Finalmente, como tercera fase, se realizaron entrevistas semi-estructuradas con tres tipos de informantes: expertos en Inteligencia Artificial, periodistas especializados en divulgación científica y un director editorial de uno de los medios estudiados. Estas entrevistas tuvieron como objetivo profundizar en las percepciones y experiencias de estos actores en relación con el tratamiento informativo de la IA. Los resultados obtenidos de estas entrevistas se integran en la sección de *Discusión*, donde se contrastarán con los hallazgos del análisis de contenido. Según Aigner (2009), la técnica del análisis de contenido exige la categorización del material a partir de una sistematización de categorías. Es decir, permite obtener deducciones del contexto en el que se aplica, en este caso, la cobertura de divulgación científica en los medios estudiados.

## **Análisis de Contenido**

La matriz recoge información sistemática sobre la cobertura de la IA en los diarios *El Universo* y *Primicias* durante el período de análisis [enero-febrero 2024]. Cada campo apoya el análisis de contenido y facilita comprender cómo estos medios divulgan ciencia en sus sitios web:

- 1.- **Autor:** Verifica si el contenido fue elaborado por los medios en estudio o proviene de una agencia internacional.
- 2.- **Género Periodístico:** Examina el tipo de género periodístico utilizado para divulgar los contenidos.
- 3.- **Sección:** Identifica la sección en la que se integra el contenido dentro de los canales de comunicación digital.

## **Entrevistas**

La entrevista individual, como detallan Polanía-Reyes et al. (2020), se utiliza para conocer las perspectivas de los entrevistados sobre el tema de estudio. En este caso, se emplea una entrevista no estructurada con preguntas abiertas, lo que permite obtener respuestas y puntos de vista generales. Las entrevistas se grabarán para su posterior análisis.

Los actores entrevistados son:

- **Sofía Cabrera-Espín:** Doctora en Lógica y Filosofía de la Ciencia por la Universidad de Salamanca y cofundadora de la plataforma web *Kuna*, especializada en divulgación científica.

- **Jaime Freire-García:** Master en Postproducción Digital por la Escuela Superior Politécnica del Litoral y redactor en la sección de Ciencia y Tecnología de *El Universo* desde 2007.
- **José Lucio-Naranjo:** Doctor en Modelado Computacional por la Universidade do Estado do Rio de Janeiro en Brasil. Actualmente, es decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y Computación en la Escuela Politécnica Nacional.
- **Miguel Romero-Flores:** Tutor académico en la Universidad Andina Simón Bolívar, experto en IA. Editor de publicaciones académico-científicas. Divulgador de ciencia y tecnología.

## Resultados

### Cobertura Científica de la Inteligencia Artificial en *El Universo* y *Primicias*

Tabla 1

*Cobertura general sobre Inteligencia Artificial en enero y febrero de 2024*

Diario digital	Enero	Febrero	Total
<i>El Universo</i>	28	23	51
<i>Primicias</i>	7	10	17
<b>Total</b>	35	33	68

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 1**

*Porcentual sobre la cobertura de Inteligencia Artificial en los diarios*



*Nota:* Elaboración propia

El análisis de contenido basado en la cobertura de Inteligencia Artificial en los portales digitales *El Universo* y *Primicias* revela la tendencia de ambos medios hacia la divulgación de temas tecnológicos. Durante el período de estudio – 1 de enero al 29 de febrero de 2024 –, se encontraron 68 publicaciones en total: 51 de *El Universo* y 17 de *Primicias*. A continuación se presentan los resultados organizados por categorías.

## Autores en la Cobertura

**Tabla 2**

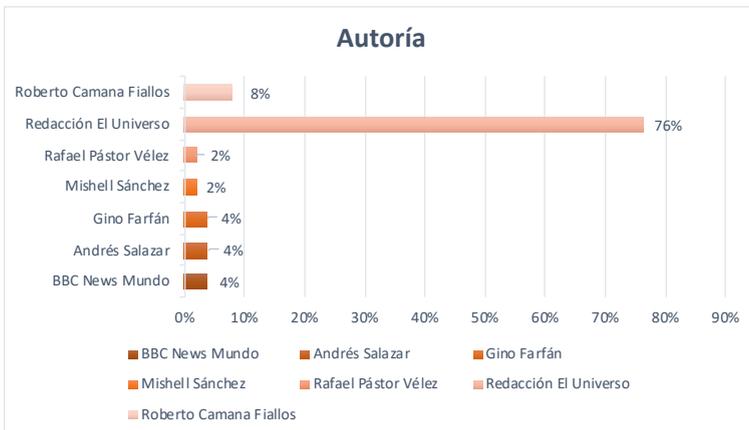
*Autores en la cobertura de Inteligencia Artificial en El Universo*

<b>Autores</b>	<b>Total de publicaciones</b>
Redacción <i>El Universo</i>	39
Roberto Camana Fiallos	4
BBC News Mundo	2
Andrés Salazar	2
Gino Farfán	2
Mishell Sánchez	1
Rafael Pástor Vélez	1
<b>Total</b>	<b>51</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 2**

*Porcentual de autores en la cobertura de Inteligencia Artificial en El Universo*



*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 3**

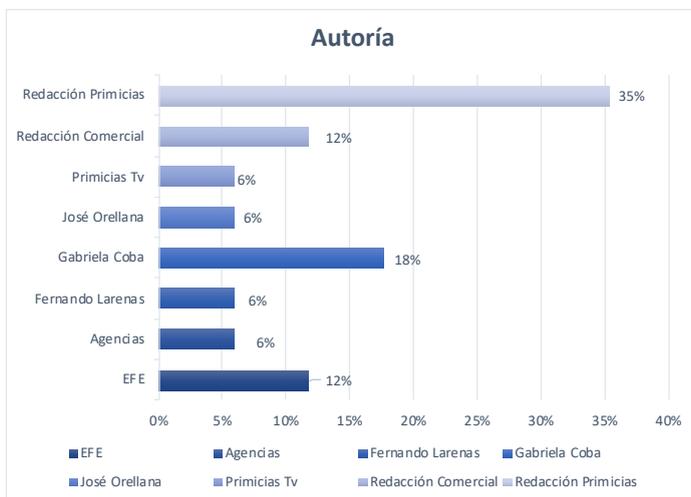
*Autores en la cobertura de Inteligencia Artificial en Primicias*

<b>Autores</b>	<b>Total de publicaciones</b>
Redacción <i>Primicias</i>	6
Gabriela Coba	3
Redacción Comercial	2
Agencia EFE	2
Agencias	1
<i>Primicias</i> TV	1
Fernando Larenas	1
José Orellana	1
<b>Total</b>	<b>17</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 3**

*Porcentual de autores en la cobertura de Inteligencia Artificial en Primicias*



*Nota:* Elaboración propia

*El Universo* domina la cobertura sobre IA con 51 publicaciones, mientras que *Primicias* suma 17. Un patrón interesante es que la mayor parte de coberturas de *El Universo* se realizó en enero, mientras que *Primicias* tuvo mayor actividad en febrero. La gran mayoría de las publicaciones en ambos medios fueron producidas por sus propios equipos, con pocas aportaciones de agencias internacionales. En *Primicias*, 14 de las 17 publicaciones fueron realizadas por el medio, sin especificar un autor individual, lo que sugiere que gran parte del contenido es generado por la redacción. Esto podría indicar una cobertura menos personalizada o de editorial con firma de autor y más orientada a lo informativo.

En este contexto, Jaime Freire-García, redactor de diario *El Universo*, comenta que, si bien “el periódico tiene un enfoque más político y económico, cuando hablamos de ciencia y tecnología, nos centramos en avances que, por ejemplo, contribuyen a la salud de las personas. No abordamos temas de ciencia altamente especializada o corporativa; para eso están los medios de nicho. Nuestro enfoque es más amplio, tratando temas que afectan directamente al ciudadano común” (comunicación personal, 2023).

## Géneros Periodísticos

### Tabla 4

*Género periodístico en El Universo*

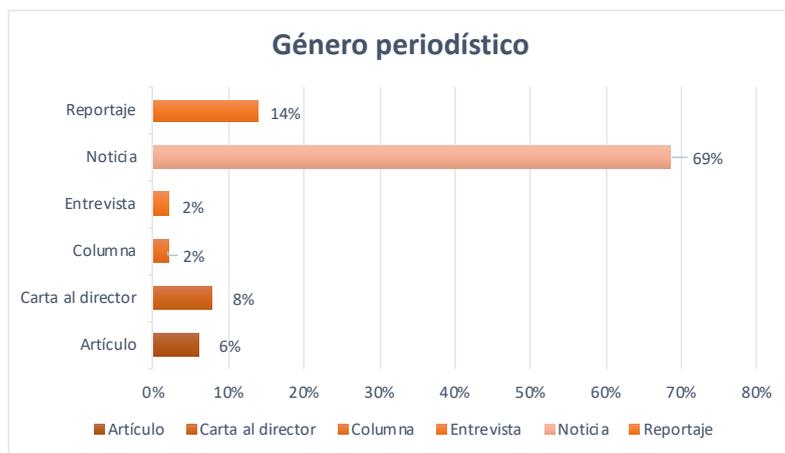
Género periodístico	Total de publicaciones
Noticia	35
Reportaje	7

Carta al director	4
Artículo	3
Columna	1
Entrevista	1
<b>Total</b>	<b>51</b>

*Nota:* Elaboración propia

### Figura 4

*Porcentual del género periodístico en El Universo*



*Nota:* Elaboración propia

### Tabla 5

*Género periodístico en Primicias*

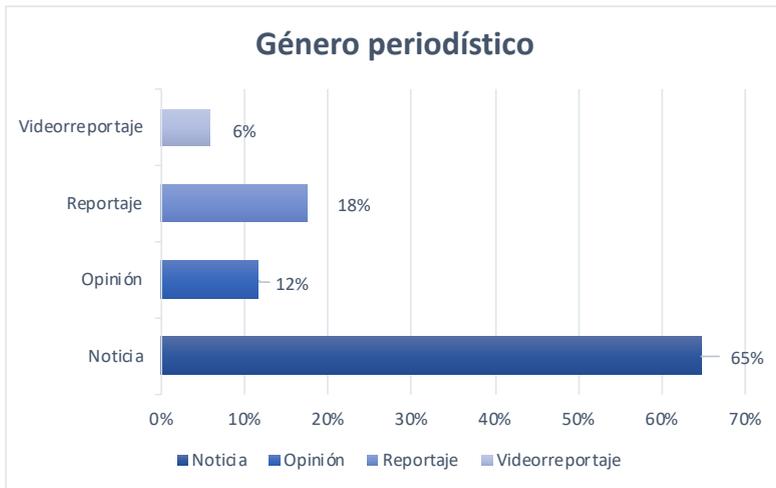
Género periodístico	Total de publicaciones
Noticia	11
Reportaje	3

Opinión	2
Videoreportaje	1
<b>Total</b>	<b>17</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 5**

*Porcentual del género periodístico en Primicias*



*Nota:* Elaboración propia

El género periodístico más utilizado en ambos medios es la noticia, lo que subraya un enfoque informativo y directo. *El Universo* se distingue por ofrecer más cartas al director y reportajes, lo que evidencia un intento de fomentar la discusión y profundizar en los temas. En contraste, *Primicias* apuesta por un enfoque multimedia, integrando videoreportajes. Miguel Romero-Flores, académico e investigador en innovaciones tecnológicas,

explica que los medios digitales en Ecuador no adaptan el manejo del lenguaje al espacio nacional: “Siento que no contextualizamos la información local; hablamos de innovación que viene de afuera con agendas más grandes de otros países que reproducen noticias que logran posicionarse mundialmente” (comunicación personal, 2023).

### Sección en la que se Aloja la Cobertura

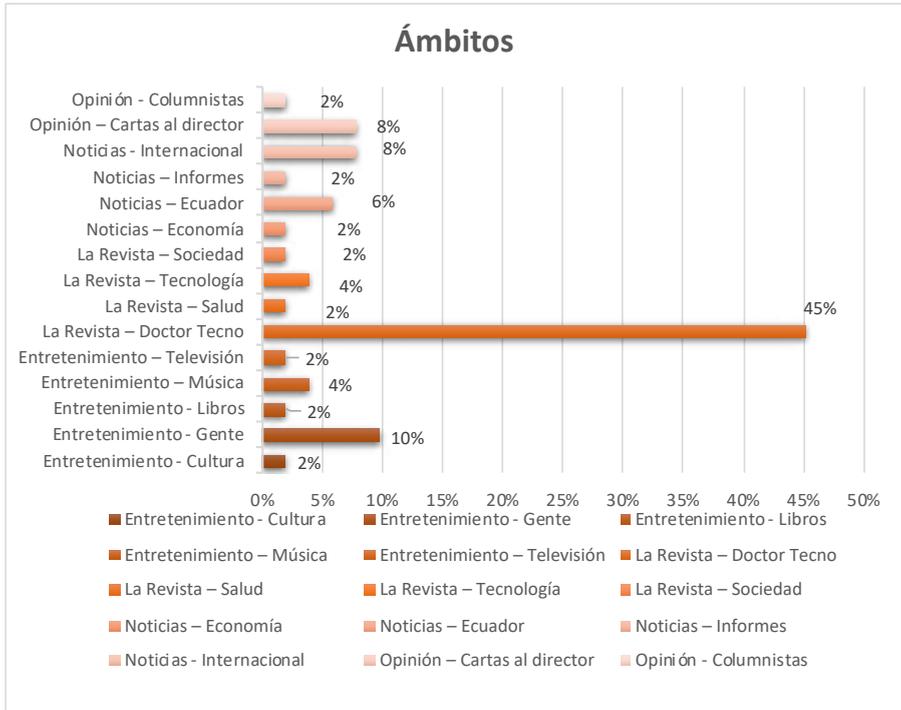
**Tabla 6**

*Sección de cobertura en El Universo*

<b>Sección</b>	<b>Total de publicaciones</b>
La Revista – Doctor Tecno	23
Entretenimiento – Gente	5
Noticias – Internacional	4
Opinión – Cartas al director	4
Noticias – Ecuador	3
Entretenimiento – Música	2
La Revista – Tecnología	2
Entretenimiento – Cultura	1
Entretenimiento – Libros	1
Entretenimiento – Televisión	1
La Revista – Salud	1
La Revista – Sociedad	1
Noticias – Economía	1
Noticias – Informes	1
Opinión – Columnistas	1
<b>Total</b>	<b>51</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 6**  
*Porcentual de cobertura en El Universo*



*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 7**

*Sección de cobertura en Primicias*

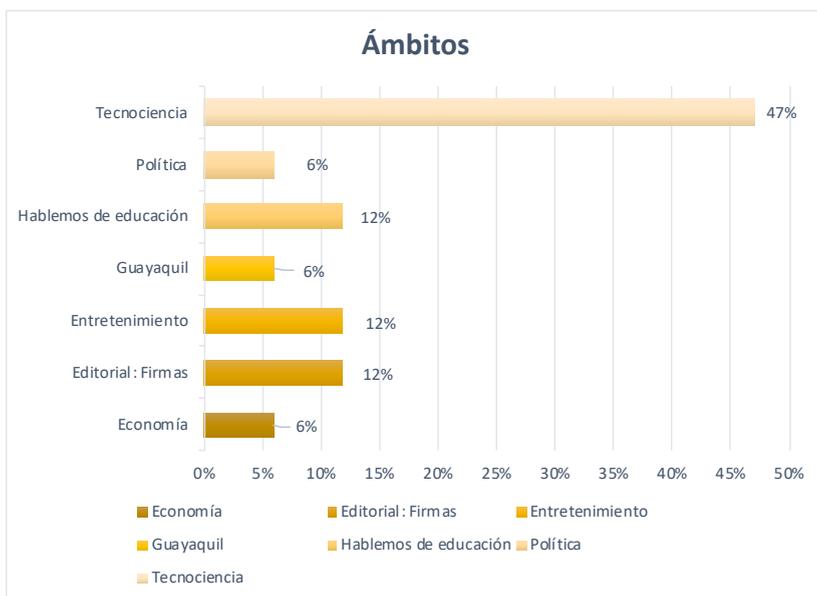
Sección	Total de publicaciones
Tecnociencia	8
Entretención	2
Editorial: Firmas	2
Hablemos de educación	2

Economía	1
Guayaquil	1
Política	1
<b>Total</b>	<b>17</b>

Nota: Elaboración propia

**Figura 7**

Porcentual de cobertura en Primicias



Nota: Elaboración propia

En *El Universo*, la sección *Doctor Tecno* destaca con la mayoría de las publicaciones, lo que refleja un enfoque específico hacia temas tecnológicos. En cambio, *Primicias* opta por ubicar la mayor parte de sus publicaciones en

la sección *Tecnociencia*, que también se centra en temas científicos y tecnológicos, mientras que otras áreas como política y economía apenas incluyen contenido relacionado con IA. Se infiere que ambos medios hacen un esfuerzo por alimentar secciones estrictamente tecnológicas y es ahí en donde, por ahora, se aloja el contenido relacionado con la IA.

“Tanto a *Primicias* como a *El Universo* los identifico más por el lado político que científico”, afirma José Lucio-Naranjo, decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y Computación en la Escuela Politécnica Nacional [EPN]. Advierte que, si bien los medios de comunicación nacionales incluyen contenido científico, no logran llegar al punto de motivar para el uso de la tecnología, lo cual sería deseable por su alcance masivo de usuarios y lectores: “La tecnología va a estar muy presente en la toma estratégica de decisiones que adopten las personas, y quienes lo hagan de manera correcta tendrán una ventaja competitiva gigantesca sobre quienes no lo hagan; lo mismo ocurre con los países. Es necesario que la divulgación sea eficiente para reducir la brecha tecnológica, ya que, en comparación con países desarrollados como China y Estados Unidos, que invierten millones de dólares en investigación de este tipo, no podemos quedarnos atrás, especialmente en la adopción de tecnologías como el 5G” (Comunicación personal, 2023).

## Discusión

José Lucio, profesor de ciencias de la computación en las disciplinas de Inteligencia Artificial y Algoritmos en la EPN, en la entrevista señala que la IA “tiene inspiración en el razonamiento humano y, a partir de datos, produce

modelos” (Comunicación personal, 2023). Esto resalta el carácter matemático del proceso, que, si bien, busca emular el sistema de razonamiento humano, se basa en un conjunto complejo de operaciones que generan modelos alineados con ciertas matrices de comprensión humana. “Producir información sobre los avances en plataformas digitales es una responsabilidad que recae en los periódicos científicos y el papel que deben asumir. Un ejemplo de ello es el canal español en YouTube llamado Dot CSV, que ofrece divulgación sobre IA de manera accesible e interesante” (Comunicación personal, 2023).

Millán (2022) expone que, en 2021, la IA comenzó a generar imágenes, mientras que en 2022 surgió ChatGPT, anticipando que en 2023 la IA se expandiría al ámbito audiovisual. Esta predicción se materializó al finalizar ese año. La pregunta es: ¿están estos avances tecnológicos realmente al alcance del usuario común en 2024? Con esto, se observa cómo la divulgación científica sobre Inteligencia Artificial se enfoca en hacer accesible su uso para un público general; “la pregunta ya no es si deberíamos integrar la IA en nuestro trabajo, sino cómo hacerlo de manera efectiva para fortalecer nuestras competencias y habilidades” (Jiménez, 2024).

Jaime Freire, editor de la sección de ciencia y tecnología de *El Universo*, afirma que “el tema de la IA hay que abordarlo con precaución porque la gente se preocupa mucho debido a una visión cinematográfica” (comunicación personal, 2023). Freire sugiere que la percepción exagerada de la IA, influenciada por representaciones ficticias,

puede desviar la atención de los resultados reales que esta tecnología ya está ofreciendo en diversas áreas. Esta observación se alinea con la cobertura mediática posterior a la pandemia de COVID-19, cuando el público mostró un interés renovado en temas científicos, especialmente relacionados con la salud.

El análisis de contenido revela que ambos medios cubren y aportan información sobre los avances en IA, tratando de informar al público sobre esta tecnología. Aunque existe una diferencia significativa en el volumen de cobertura entre *El Universo* y *Primicias*, los dos abordan la divulgación científica de manera distinta, con variaciones en la profundidad y enfoque.

Ambos medios dirigen la mayoría de su contenido a un público general, lo que podría reflejar una falta de segmentación en sus estrategias editoriales. Esto supone una debilidad en cuanto a la personalización de la información para audiencias específicas, como jóvenes, adultos o niños. La cobertura generalista puede limitar el impacto y la relevancia del contenido científico.

Freire también menciona que “muchos expertos han logrado explicar los conceptos, y como medio, tratamos de hacer lo mismo” (comunicación personal, 2023). Esto evidencia el esfuerzo de los medios por incluir la IA en sus agendas informativas y situar este tema en la coyuntura actual a través de sus plataformas. A pesar de que los avances en IA aún no han alcanzado su máximo potencial, según los entrevistados, los medios continúan cubriendo este fenómeno para mantener a su audiencia informada.

Por otro lado, Sofía Cabrera-Espín, divulgadora científica, destaca la necesidad de que “los medios profundicen en lo que va a pasar con la Inteligencia Artificial, ya que ahora hablamos de puestos de trabajo, herramientas como ChatGPT y aplicaciones que convierten fotos en caricaturas” (Cabrera-Espín, comunicación personal, 2024). Este comentario subraya la importancia de que los medios no se limiten a la superficialidad, sino que aborden tanto las ventajas como las desventajas de estos avances.

En la discusión también se resalta la colaboración entre actores diversos para establecer estrategias de divulgación científica en Ecuador. Según Cabrera-Espín, “es fundamental que se coloquen estrategias de divulgación científica en el país para proponer iniciativas efectivas, atractivas y segmentadas” (comunicación personal, 2024). Esto sugiere que la cobertura mediática debe incluir narrativas diseñadas para captar el interés de diferentes públicos, en lugar de presentar contenidos generales que no consideren la diversidad de audiencias.

Miguel Romero Flores, divulgador de ciencia y tecnología, es optimista respecto al rol que pueden desempeñar los medios de comunicación debido a la capacidad que tienen de “llevar los testimonios de cómo se están utilizando, digamos, modelos de IA en la agricultura e incorporar una herramienta como ChatGPT para que me ayude en determinada necesidad de información adaptada a mis prácticas” (comunicación personal, 2023). El investigador de la Universidad Andina Simón Bolívar destaca

algunos casos de éxito en la praxis del periodismo científico: “El diario *El País* tiene un programa que se llama *Materia*. *Materia* es uno de los más grandes éxitos de divulgación científica, con un equipo amplio y una producción permanente de noticias de ciencia y tecnología muy bien trabajadas” (Ibíd.).

Finalmente, Romero-Flores ve con entusiasmo algunos proyectos llevados a cabo en Ecuador, como *Indómita Media*, que ganó en 2022 el Premio Pfizer en el concurso de Divulgación en Innovación y Desarrollo en Ciencia y Tecnología en Salud, con la participación de Thalíe Ponce.

Los medios digitales nacionales pueden aprender de las agencias internacionales con las que colaboran, que ofrecen información desde perspectivas variadas y utilizan géneros periodísticos diversos. Esta estrategia podría enriquecer la cobertura de temas relacionados con IA y fortalecer el periodismo científico en Ecuador.

## Conclusiones

*El Universo* y *Primicias* incluyen desde el inicio de 2024 los avances en Inteligencia Artificial en sus agendas informativas, utilizando diversos géneros periodísticos para cubrir este tema. Este enfoque ha generado un interés notable en sus audiencias, consolidando su propuesta editorial.

Ambos medios priorizan el enfoque noticioso y generalista en su cobertura de temas relacionados con la Inteligencia Artificial. Si bien *El Universo* destaca por ofrecer más variedad en sus géneros periodísticos y una mayor

cantidad de publicaciones (75%), *Primicias* se distingue por incluir contenido multimedia, con una producción del 25% del contenido de notas identificadas en este estudio.

El ritmo de publicación sobre divulgación científica en ambos medios se mantiene constante, reflejando la creciente demanda de información sobre IA por parte de sus lectores.

Se observa una preferencia por la publicación de contenidos informativos, con predominancia del género noticioso, lo que refuerza el objetivo de mantener a la audiencia informada sobre los desarrollos en este campo. Llama la atención así mismo la escasa escritura de artículos de opinión o la casi nula realización de entrevistas, géneros que en caso de incrementarse podrían aportar al debate y análisis de la IA en el contexto nacional.

Sobresale la presencia de secciones específicas para la cobertura de IA, *Doctor Tecno* en *El Universo* como *Ciencia y Tecnología* en *Primicias* (se distribuye en sus redes bajo la etiqueta de *Tecnociencia*) concentran las búsquedas de novedades en este ámbito. Sin embargo, carecen de una segmentación efectiva de sus audiencias. Generalizan el manejo de la información sin adaptar el contenido a las necesidades de diferentes grupos etarios, lo que puede limitar el impacto de su cobertura.

La cobertura de IA sigue la ley de oferta y demanda, ajustándose al interés del público. Aunque la política y la economía son los temas prioritarios en la agenda mediática, los avances en IA han logrado ganar espacio, a pesar de no ser el foco principal de estos medios.

Los convenios de *El Universo* y *Primicias* con agencias internacionales contribuyen a la diversificación de los géneros periodísticos empleados en la cobertura, enriqueciendo el tratamiento informativo sobre IA en el ámbito nacional. Si bien, como manifestamos atrás, ambos medios cuentan con secciones destinadas a novedades tecnológicas, el despliegue de géneros periodísticos adicionales, como columnas, crónicas, reportajes y entrevistas, fortalecería la divulgación científica en temas de IA, enriqueciendo el conocimiento público sobre estos avances.

Finalmente, se concluye que *El Universo* y *Primicias* contribuyen al periodismo científico al abordar temas de IA, ayudando a formar la opinión pública y a posicionar estas innovaciones en el debate social.

## Referencias

- Alonso-González, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, (26), 1-25. <https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/139/358>
- Aguilar, M. (2022). *Culturizar e interculturalizar; más sentires que verbos: las nociones de cultura e interculturalidad en el medio digital Primicias y la versión digital de diario El Mercurio. Un análisis de contenido durante los seis primeros meses de pandemia en Ecuador*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador].
- Aignerren, M. (2009). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología en sus Escenarios* (3), 1-52. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Andrade-Peña, O. R., Cuenca-Zambrano, M. M., García-Montenegro, S. J., Cuamacás-Chafuelán, S. M., y Ramos-Arias, E. A. (2024). La incidencia de la inteligencia artificial en la educación secundaria del Ecuador. *Revista Imaginario Social*, 7(1), 30-42. <https://doi.org/10.59155/is.v7i1.125>
- Becerra, M. (2020). Desinformación viral: Las noticias en la pandemia. *Memoria Conferencia Magistral: Desinformación Viral: Las Noticias en la Pandemia*. Consejo de Comunicación, 13-18. [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO\\_REP/236](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/236)

- Belenguer-Jané, M. (2003). Información y divulgación científica: Dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, 43-53. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0303110043A>
- Cabrera-Espín, S. (2022). *Análisis comparativo de las estrategias de divulgación científica entre universidades de Latinoamérica y Ecuador*. [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. <https://gredos.usal.es/handle/10366/149586>
- Cabrera-Espín, S. (2024). Comunicación personal. Entrevistada por Joffre Rea Zurita. 30 de enero del 2024.
- Carpio-Frixone, R. (2021). *Periodismo científico para niños ecuatorianos: Una propuesta de contenidos informativos para educación básica durante la pandemia* [Tesis de licenciatura, Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas]. <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/10758>
- Chaves-Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social. En K. Delgado Santa Gadea, W. F. Gadea, & S. Vera Quiñonez (Eds.), *Rompiendo barreras en la investigación* (pp. 164-184). UTMACH. <https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/15178>

- Cisneros-Zuñiga, C. P., Jiménez-Martínez, R. C., Ricardo-Velázquez, M., y Andrade-Santamaría, D. (2021). Inteligencia artificial: Desafíos para el marco normativo laboral ecuatoriano. *Revista Universidad y Sociedad*, 13 (53), 340-345. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2487>
- Del-Alcázar, J. (2024). *Estado Digital Ecuador 2024* [Capítulo 4: Medios de Comunicación Locales]. Mentinno Consultores.
- Ferrer, A. (2021). Periodismo Científico en Tiempos de Pandemia. En Torrealba, Paz y Viloría (Comp.), *Desmontando la mentira: Dos años bajo la lupa del OVFN* (pp. 141-154). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Freire-García, J. (2023). Comunicación personal. Entrevistado por Joffre Rea Zurita. 12 de octubre del 2023.
- Jiménez, S. (2024, 19 de septiembre). Mentalidad IA: Potencia tus competencias con Inteligencia Artificial. *Forbes*.  
<https://www.forbes.com.ec/columnistas/mentalidad-ia-potencia-tus-competencias-inteligencia-artificial-n59617>
- Lucio-Naranjo, J. (2023). Comunicación personal. Entrevistado por Joffre Rea Zurita. 12 de octubre del 2023.

- Manrique-Villanueva, L. M. y Duque-Soto, Á. E. (2020). Periodismo científico: Socialización del conocimiento posgradual en la Universidad Nacional. En J. Pereira (Ed.), *Comunicación, información y lenguajes de la memoria* (pp. 1–18). Editorial Pontificia Universidad Javeriana. [https://www.javeriana.edu.co/unesco/comunicacioninformacion/contenido/ponencias/tema6/pdf/ponencia\\_01.pdf](https://www.javeriana.edu.co/unesco/comunicacioninformacion/contenido/ponencias/tema6/pdf/ponencia_01.pdf)
- Millán, V. (2022, 25 de diciembre). El año que todos descubrimos el poder de la Inteligencia Artificial: La pregunta es qué viene ahora. *Hipertextual*. <https://hipertextual.com/2022/12/inteligencia-artificial-2022>
- Ortiz-Núñez, R., y Stable-Rodríguez, Y. (2021). Evolución y tendencias de la investigación en comunicación sobre epidemias y pandemias en el ámbito internacional. *Revista De Comunicación*, 20(1), 175–196. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A10>
- Pabon, J. F., Aizaga, M., Recalde, H., y Toasa, R. M. (2023). Revisión de literatura sobre impacto de la inteligencia artificial y su aplicación en el Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação* (E55), 100–113. <https://risti.xyz/issues/ristie55.pdf>
- Polanía-Reyes, C. L., Cardona-Olaya, F. A., Castañeda-Gamboa, G. I., Vargas, I. A., Calvache-Salazar, O. A., y Abanto-Vélez, W. I. (2020). *Metodología de investigación cuantitativa y cualitativa*. Institución Universitaria Antonio José Camacho. <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>

- Ríos, J. (2023, 11 de septiembre). Inteligencia artificial y periodismo: ¿Quién gana y quién pierde en las redacciones? *The Conversation*. <https://theconversation.com/inteligencia-artificial-y-periodismo-quien-gana-y-quien-pierde-en-las-redacciones-212511>
- Romero-Flores, M. (2023). Comunicación personal. Entrevistado por Joffre Rea Zurita. 12 de octubre del 2023.
- Thomas, H. (2001). Inteligencia artificial. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 1(2), 0-23. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30500219>
- Zúñiga-Vásquez, F. G., Mora-Poveda, D. A., y Molina-Mora, D. P. (2023). La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos de marketing. *Vivat Academia* (156), 19-39. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1474>