

# Periodismo Digital: Retos de la Práctica Informativa Frente a la Inteligencia Artificial.

Laura Georgina Ortega Luna<sup>(\*)</sup>

José Ignacio García Suárez<sup>(\*\*)</sup>

Mauro Fonseca Islas<sup>(\*\*\*)</sup>

---

**Resumen:** La revolución tecnológica ha transformado el panorama del periodismo, llevándolo desde los medios impresos hasta el mundo digital. Este cambio ha generado una adaptación constante en la práctica periodística, especialmente con la irrupción de las inteligencias artificiales. En este contexto, surge la necesidad de comprender cómo el periodismo digital incorpora y se adapta al uso de las mismas, así como los desafíos éticos y profesionales que enfrenta. Esta investigación propone explorar estas dinámicas mediante una metodología cualitativa basada en la etnografía virtual y entrevistas semiestructuradas, analizando el impacto de inteligencias artificiales en el periodismo digital y las estrategias para abordar sus desafíos.

**Palabras claves:** periodismo digital - inteligencia artificial - información - práctica periodística

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 208]

---

<sup>(\*)</sup> Profesora Investigadora de Tiempo Completo y Coordinadora de la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, perteneciente al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (México). Doctora y Maestra en Ciencias Sociales, Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Perteneció a la Red de Investigación de Diversidad en Organizaciones, Comunidades y Naciones, y a la Red Latinoamericana de Investigadores de la Opinión Pública. Trabaja la línea de investigación de Comunicación Política con Perspectiva de Género en donde desarrolla temas vinculados con Ciberpolítica, Análisis del Discurso Político, Violencia Política en Razón de Género, Movimientos Feministas, Análisis de Expresiones de Violencia contra las Mujeres, Cibercultura y Políticas Públicas con Perspectiva de Género.

<sup>(\*\*)</sup> Licenciado en Ciencias de la Comunicación; Maestro en Gobierno y Gestión Local por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), en Periodismo Político y Periodismo Económico por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG), y en Humanidades por la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ); especialista en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Uni-

dad Iztapalapa. Doctorante en Políticas Públicas y maestrante en Tecnología Educativa por la UAEH. Trabaja en líneas de investigación de Periodismo, Comunicación Política y Políticas Públicas para la Comunicación.

(\*\*) Licenciado en Comunicación por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Ha sido ponente en diversos congresos nacionales en México. Cuenta con experiencia en el área de investigación, principalmente en las líneas de periodismo, inteligencia artificial y cibercultura. Profesionalmente se ha desempeñado en el trabajo de community manager, edición de video y marketing digital.

## Introducción

A partir de la década de 2010, la labor periodística se ha visto afectada por las llamadas “*fake news*”, las cuales fueron generadas en una primera instancia por personas, pero en la actualidad, con el desarrollo cada vez más acelerado de las inteligencias artificiales, la programación y los “bots” son los que toman el campo de la construcción de la información. La inteligencia artificial tiene la capacidad de poder propagar la información de una manera más inmediata en los medios sociodigitales e inclusive, generando tendencia a través de los algoritmos de las mismas redes sociales.

Sin embargo, el escenario no es desalentador para los profesionistas de la comunicación, debido a que se han generado las estrategias para discernir las noticias falsas y su propagación. En primera instancia se tiene una forma de diluir las *fake news*, la cual consiste en establecer un sistema de programación de bots, esto significa que debe ser atacada de la misma forma en que la noticia falsa funciona. También, otra alternativa, es el alcance de los medios digitales oficiales, los cuales deben generar filtros por los que atraviese la información. En este sentido el periodista de medios debe contemplar habilidades efectivas de búsqueda de información digital. A partir de esta reflexión inicial, este trabajo buscará la forma de, en un primer momento, comprender el contexto del periodismo digital, las *fake news* y las nuevas herramientas tecnológicas para el ejercicio de un mejor periodismo en el ciberespacio.

## Sociedad De La Información

La revolución de las nuevas tecnologías ha generado cambios en la forma en que se consumen noticias. En primera instancia, Castells (1997) señala que las economías de todo el mundo se han hecho interdependientes a escala global, introduciendo una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad en un sistema de geometría variable. Estas revoluciones no solo afectan a la política mundial, también, de manera inevitable, a la comuni-

cación. El nuevo sistema de comunicación está integrado por un lenguaje digital universal, agrupando mundialmente la construcción y envío de nuevas palabras, sonidos, e imágenes de la cultura y diseñadas a preferencia de las identidades y personalidad de los individuos. Las inteligencias artificiales son el resultado de la aceleración en los procesos de comunicación en las redes sociodigitales, así como de las demandas económicas y sociales que la posmodernidad ha dejado en las últimas décadas. Castells (1997) refiere que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son tomadas en cuenta por diversos países, culturas, organizaciones y objetivos diferentes, generando una explotación de aplicaciones y usos, que realimentan la innovación tecnológica, potenciando la velocidad y alcance tecnológico.

Castells (1997) además, señala que el empleo de tecnologías de las telecomunicaciones ha pasado por tres etapas diferentes, las cuales son: automatización de las tareas, experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones. En las primeras dos, las personas deben aprender el uso de determinados procesos digitales y técnicos. Sin embargo, en el tercer caso, se genera una reconfiguración de las redes y una capacidad de crear aplicaciones. La programación de las tareas en el mercado laboral cada vez está más presente, ahora con las inteligencias artificiales entran en dilema profesiones como escritores, periodistas y especialistas de la comunicación que podrían ser sustituidos por programas o aplicaciones de redacción, diseño de contenido, análisis crítico, entre otras.

Polo (2020) refiere que con la revolución digital y las nuevas tecnologías, la sociedad de la información converge de manera más normalizada en la vida cotidiana de las personas. El aumento del volumen, rapidez y el contenido de información han fortalecido y reavivado la información, que coincide con las formas en que la sociedad consume. En lo concerniente a la información digital, Polo (2020, p.70) dice lo siguiente:

La información se caracteriza por poseer un valor especialmente alto desde el punto de vista comercial, electoral, de control, etc. A ello le añadimos la digitalización y su transformación: la sociedad ha pasado de una mera interconexión entre dispositivos a vivir digitalmente, una sociedad construida sobre un entorno muy diferente al mundo físico (espacio virtual), donde los servicios se prestan de forma digital o virtual y donde los integrantes de la sociedad realizan sus actividades cotidianas también de forma digital, lo que define la Sociedad Digital.

En la era digital los smartphones, computadoras y laptops se han vuelto herramientas indispensables por parte de los integrantes de la sociedad, lo cual provoca que dejemos toda la información de uso en la red; es por ello que hoy en día es común volverse productor de información (Polo, 2020). Por un lado, con el surgimiento de inteligencias como Chat GPT en mayo de 2020, las personas vislumbraron las consecuencias que podría producir una innovación digital de este calibre. Pero otro, cabe dejar en claro que Chat GPT ha sido una de tantas aplicaciones que son utilizadas para la producción y reproducción constante de información en los espacios socio digitales, por ello su uso de valor comercial.

## Capitalismo y Sociedad de la Información

La sociedad de la información funciona en el sentido de lo que el sistema capitalista le demanda, por ende, hay determinados procesos por los cuales la información se comporta en espacios digitales de manera casi idéntica a los modelos del sistema capitalista, y de igual manera, se proyectan las problemáticas. El capitalismo digital ha contribuido a la revisión de problemáticas esenciales (Fuchs, 2021):

El capital comunicacional y digital ha impulsado la explotación de la comunicación y del trabajo en el ámbito digital, lo que ha favorecido la consolidación de una tendencia hacia la monopolización capitalista, particularmente evidente en la industria de la comunicación digital. Este entorno está marcado por una cultura dominante de Internet que promueve un enfoque competitivo e individualista, centrado en el desarrollo del "yo" y en la distribución desigual de elementos como la atención, la influencia, la reputación, la visibilidad y la voz.

Por otra parte, tanto las empresas de comunicación digital como las estructuras estatales han contribuido al desarrollo de un complejo industrial basado en la vigilancia masiva. Los medios capitalistas, lejos de fomentar dinámicas sociales positivas, han funcionado como canales antisociales que refuerzan el autoritarismo digital y fomentan expresiones de racismo, nacionalismo y fascismo en el entorno digital.

Dentro de este escenario, la política algorítmica desempeña un papel central. Los algoritmos configuran el contenido y dirigen la atención en línea, lo que dificulta la capacidad de los usuarios para distinguir entre las actividades generadas por humanos y aquellas producidas automáticamente por máquinas. Además, el espacio digital se fragmenta en múltiples esferas públicas donde prevalecen burbujas informativas que filtran lo que llega a los usuarios.

La industria de la cultura digital, por su parte, ha promovido una ideología digital que abarca tanto creencias relacionadas con lo digital como contenidos ideológicos que circulan a través de las redes sociales. Este ecosistema digital está dominado por la publicidad encubierta y por contenidos sensacionalistas, lo que convierte a muchas plataformas en versiones digitales de los periódicos tradicionales.

En este contexto, el llamado capitalismo de los influencers ha alcanzado un lugar predominante en las redes sociales, generando una distribución desigual de la atención, la reputación y la visibilidad. Esta dinámica promueve una cultura centrada en el consumo y en la publicidad camuflada bajo formatos habituales de contenido, como el "branded content". El capitalismo de los influencers no constituye una forma económica propiamente dicha, sino más bien una ideología que sostiene que la actividad constante en plataformas como *Instagram*, *Snapchat* o *YouTube* puede ofrecer oportunidades para alcanzar la riqueza y la fama. Esta visión alimenta un sueño ideológico similar al del "sueño americano", en el que se difunde la idea de que cualquier persona, con esfuerzo y creatividad, puede escalar social y económicamente hasta alcanzar un éxito extraordinario.

La aceleración digital es otra característica clave del entorno online contemporáneo, donde el flujo masivo de información, procesado a gran velocidad, deja poco espacio para debates políticos profundos y sostenidos. Además, el auge de las redes sociales ha propiciado la proliferación de noticias falsas y de discursos políticos post-factuales que priorizan la

emocionalización, el sensacionalismo y las perspectivas ideológicas por encima de los hechos comprobados.

Estos escenarios pueden traer consecuencias para la opinión pública debido a que han sido tomados por las grandes corporaciones y flujos del capital. Ante esto, señala Fuchs (2021) que las problemáticas han sido manifestaciones de alienación digital, colonización y feudalización digitales. En este escenario, los medios de comunicación producen información de manera acelerada dando mayor importancia a información sensacionalista, generando más comercialización, mercantilización y monopolización de los medios de comunicación (Fuchs, 2021). Por ello, es importante que los medios de comunicación tomen acción, debido a que estos son de carácter universal y de acceso público, para promover la comunicación democrática y una esfera pública digital.

Ahora las editoriales, periodistas y comunicadores tienen que implementar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para tener mejores herramientas de construcción de la información, así como, una adecuada gestión ante las problemáticas digitales. Algo que debe estar presente en todo momento es el análisis crítico, fomentando una pluralidad informativa en los públicos digitales, para de esta manera generar ambientes democráticos e informados de los acontecimientos de la esfera pública.

Lo anterior se vincula con el concepto de Cibercultura, el cual según Lévy (2007) hace referencia al uso de la tecnología en la cotidianidad de los sujetos de tal manera que impacte y forme parte de la vida social de los mismos. En estos escenarios, toda interacción se encuentra mediada por los dispositivos electrónicos, y dentro del ciberespacio, es posible realizar actividades tales como la educación en línea, el comercio electrónico, la producción de contenidos en redes sociodigitales, y otros aspectos, entre los que se encuentra la labor de los medios de comunicación tradicionales que se deben adaptar a las características que les da Internet, tales como la inmediatez, la hipertextualidad e interactividad (Landow, 2009).

La transición del medio tradicional al entorno sociodigital ha traído consigo el hecho de que la labor periodística tenga para sí la emergencia de adaptarse al contexto de los nuevos usuarios trastocado por las nuevas narrativas generalmente multimodales, es decir, que utilizan de manera simultánea elementos escritos y audiovisuales para comunicar la información, pero también promueven la participación activa de los usuarios de Internet en la difusión y retroalimentación de cada elemento noticioso, siendo esto un claro ejemplo de cómo la cultura de masas se transforma en cultura digital.

De acuerdo con Escandón (2012), la generación de los nuevos contenidos tiene que ver con el aprendizaje en la creación y uso de hiperdocumentos, los cuales cuentan con una estructura compuesta por texto, imágenes de refuerzo para el contenido, los cuales son adaptables a los navegadores web, ya sea en computadoras o en dispositivos móviles. El problema, por añadidura, es que estos hiperdocumentos circulan en la red de manera constante, es decir, no esperan a la publicación de ediciones o transmisión de la emisión de un programa en radio o televisión, sino que ahora el cibermedio tiene que estar a la vanguardia dando primicias a la par de cuando lo hace su competencia, pues ahora la ganancia se determina por entradas a la nota, mismas que también le convienen a los patrocinadores que ponen sus anuncios en dicha nota.

No obstante, los riesgos que conlleva esta inclusión de los medios en el escenario digital se hacen presentes, ante las constantes publicaciones en el ciberespacio, haciendo que las notas caigan en una línea peligrosa entre la calidad y la cantidad del contenido noticioso, así como en la confirmación sobre la veracidad de este contenido. Al ser el medio sociodigital un espacio abierto, también es indispensable precisar que cualquier usuario puede crear contenido y compartirlo, y al no haber un tiempo considerable para cotejar la realidad de la información, se corre el riesgo de tomar indiscriminadamente cualquier aspecto para así ser usado en la construcción de una noticia, o incluso, robar información (Quiñones, 2005), máxime si de forma reciente se añade el uso de las Inteligencias Artificiales, aparentemente evitar un plagio podría resultar en el diseño automatizado de notas.

De acuerdo con Lassi (2022), las IA en las redacciones periodísticas tienen que ver con el empleo de los algoritmos para el procesamiento de datos que permitan construir las noticias con el apoyo de más tecnología. ¿Qué tenemos como consecuencia? Que, aunque por un lado se identifiquen riesgos, una buena capacitación a periodistas implica el uso a favor de todas estas herramientas novedosas que puedan coadyuvar en la generación de los nuevos contenidos de tal manera que se logre efectividad y potencialidad en el valor de la información que circula para los ciudadanos digitales.

## Periodismo Digital

Internet y las redes han cambiado la forma en cómo el periodista desempeña su labor con la tecnología. A la par del desarrollo de las tecnologías, la diversidad de medios de comunicación ha tenido que migrar de formatos tradicionales a formatos digitales, por ende, las actividades, tareas y herramientas del periodista han tenido que verse modificadas en la última década.

Los comienzos del periodismo digital se remiten a la creación de los llamados weblogs, los cuales tienen el objetivo de generar espacios personalizados de información, logrando generar un sistema de comunicación en el cual las personas pueden expresarse libremente sin pasar por filtros de censura, lo que genera un espacio para obtener información y compartir opiniones (Robles y Sandoval, 2005).

Un caso particular de estos espacios, señalan Robles y Sandoval (2005) fueron los periodistas enviados durante la guerra de Irak quienes a través de sus propios weblogs, posibilitaron ir más allá de sus propias notas, comunicando una visión humana y cercana de los acontecimientos. Sin embargo, a pesar de la creación propia de los espacios digitales por parte de los periodistas, la mayoría de los blogs se crean con fines propagandísticos, políticos y comerciales, aunque no se explicita en la página web.

Por lo anterior, a pesar de que el periodista aporte una visión crítica de la información y estructuración del contenido noticioso, sus publicaciones están expuestas en la red, dada la infinita base de datos almacenada. Las obras digitalizadas están en riesgo de ser alteradas, modificadas y manipuladas por cualquier persona, y en años recientes, por inteligencias

artificiales que recopilan información, alterando así los derechos de autoría del periodista. Señala Sandoval (2001) que el periodista digital se ha transformado en emisor y receptor de la información. Aquel que navega por la red. Es por ello que este debe conocer los programas y aplicaciones que emplean las páginas web de utilidad para generar contenido multimedia. En este sentido, el periodista que trabaja en espacios digitales deshace la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor, por lo que ahora se está en un mar de información y está interconectado con fuentes, información periodística, receptores, personas que interactúan, etcétera (Gil, 2004).

Es importante considerar que la automatización de las noticias está presente desde hace un par de años en los noticieros, tan solo en Finlandia durante 2017 el equipo Immersive Automation lanzó un bot de noticias trilingüe que generaba noticias automatizadas sobre la elección municipal de Finlandia en sueco, finlandés e inglés. Valteri basaba su generación de noticias en los valores noticiosos tradicionales y un set de open data del Ministerio de Justicia Finlandés. Esto es inusual, pues el bot definía autónomamente qué reportar y cómo. Sus elecciones son dirigidas por los datos sin estructuras predefinidas (Lassi, 2022). La automatización y programación está presente en la forma de realizar noticias, pero ahora le queda al periodista afrontar el escenario tecnológico y virtual de las inteligencias artificiales. Es en este escenario, donde el periodista digital debe fortalecer las siguientes habilidades propuesta por Gil (2004):

Más que un redactor: la comunicación en red da cabida al diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos, así como a la integración de textos, imágenes, sonido, bases de datos, aplicaciones, etcétera.

Editar es publicar: la Red es un medio de publicación instantánea. Esto altera las rutinas a las que están acostumbrados los medios periódicos o con parrillas horarias.

- **Gestión del caos:** el periodista en red integra a sus servicios la capacidad de gestionar este aparente desorden y de ofrecer sus criterios de organización a personas que deleguen en él parte de su derecho de inmersión en el caos informativo.
- **Gestión de la interactividad:** la Red es interactiva y el periodista digital debe gran parte de su existencia a su eficiencia ante esta nueva capacidad de la “audiencia”, la cual es ahora interactiva en el periodismo de masas.
- **Gestión de la hipertextualidad:** el buen periodista en red también deberá sacar provecho de estas estructuras de información para ofrecer unos contenidos personalizables, flexibles, ampliables, actualizables, interactivos.
- **Gestión de la memoria:** el periodista en red debe trabajar a fondo esta capacidad, de nuevo inviable en los medios tradicionales al momento de contextualizar información, ofrecer *backgrounds*, utilizar archivos y hacer público el acceso a bases de datos en estado puro.
- **Gestión de la multiculturalidad:** la Red es mundial, lo cual implica que las posibles audiencias sean multiculturales y multilingües.

## El fenómeno de las noticias falsas

Las noticias falsas se han convertido en una de las principales problemáticas del periodista digital, sin embargo, visto el fenómeno desde los albores de la humanidad y las dinámicas en las que la información se reproduce, no es nada nuevo. Ahora, en lo que al término “fake” se refiere y en el contexto de la información:

Es lo que se encuentra en las antípodas de la información periodística por ser un contenido informativo fraudulento. La difusión de chismes, mentiras e información falsa es inherente al ser humano; lo que ha cambiado en los últimos años es la velocidad de transmisión y la facilidad de generarlas y propagarlas dadas las características propias de internet (instantaneidad, interactividad, viralización y globalización de la información) que multiplican las posibilidades de quedar atrapado en la red de la desinformación (Pérez, 2029, p. 68).

Las redes sociales juegan un papel determinante en la construcción de la opinión pública. En primera instancia, por la gran capacidad de almacenamiento de información de los diferentes perfiles de los usuarios, permitiendo que se construyan mensajes a la medida de los usuarios. “Las redes sociales favorecen que se construyan mensajes a medida que puedan alcanzar un mayor porcentaje de credibilidad, e incluso, (...), influir en las elecciones, inversiones, la economía y la política” (Blázquez, 2018, p.5). En segundo lugar las inteligencias artificiales y los programas automatizados de las diversas plataformas que comparten información, se han convertido en un peligro que se asocia tanto con las carencias técnicas y educativas de la población, como con las dificultades de los profesionales de la comunicación e información, esto con el objetivo de una detección, identificación y contención de dicho fraude, el cual eleva la gravedad del asunto, lo cual hace que los buscadores y plataformas sociales aún no hayan desarrollado mecanismos efectivos para evitar su propagación (Pérez, 2019).

Los estragos de las *fake news* han generado mecanismos para filtrar la información. Entre estos se encuentra el *fact checking* (periodismo de verificación de hechos factuales), el cual surge ante la imperiosa necesidad de discernir entre lo verdadero y lo falso, entre lo que es verdad y mentira. Esto, debido al abundante caudal de información que circula en internet (Pérez, 2019). Si hay algo que resulta necesario saber, es que el *fact checking* funciona con base en cuatro elementos, los cuales aseguran una adecuada revisión de la información: a. selección del hecho, b. asegurar que se trata de un hecho factual y no una opinión, c. tomar en cuenta los criterios de noticiabilidad (autoría, temática e interés humano), su circulación y viralización, d. la selección de fuentes (oficiales, expertas y alternativas) para verificar la información y finalmente en el contexto del hecho debe ser comprobado ser asignada una categoría establecida para ser calificada (Pérez, 2019).

Si se examina la abundante información difundida en los medios digitales, resulta evidente que no todos los medios presentes en este entorno tienen la intención de proporcionar información veraz; algunos buscan desinformar. Esta paradoja es sorprendente, ya que el periodismo surgió con la finalidad específica de relatar hechos de manera objetiva, en

contraposición a la creación intencionada de narrativas falsas motivadas por consideraciones ideológicas o simplemente con fines lucrativos (García, 2019). Ahora la digitalidad plantea que coexistan medios diseñados con la intención de desinformar, generando canales de comunicación que adoptan la apariencia confiable de un periódico digital, pero en realidad funcionan como vehículos para difundir noticias falsas que favorecen determinados intereses políticos e ideológicos, o que buscan una fácil monetización mediante la generación de ingresos publicitarios (García, 2019). Blázquez (2018) propone aspectos para combatir las noticias falsas que consistirán en:

Crear la infraestructura tecnológica para la detección de noticias falsas: Dada la casi inexistente presencia de software especializado, parece lógico el desarrollo de los programas necesarios para iniciar la experimentación en la materia. A este elemento tecnológico se integra una base de conocimiento, la cual tendrá la tarea de registrar noticias falsas, generar un diccionario de términos, uso de análisis de frecuencias, clasificación por rasgos de términos, su puntuación y caracterización, generando cálculos de similaridad en el programa *machine learning*. El programa *machine learning* será la base de conocimiento y proporcionará el análisis e informes de las noticias sometidas a experimentación, para de igual forma compartirlo con la comunidad científica. Finalmente se debe desarrollar un programa de detección de eventos, para investigar en la técnica de predicción, análisis relacional de datos y hechos, referidos en las informaciones y noticias publicadas, y advertir los posibles escenarios futuros con distintos rangos de probabilidad.

El desarrollo de una infraestructura tecnológica destinada a la detección de noticias falsas resulta fundamental, especialmente considerando la limitada disponibilidad de software especializado en este ámbito. Este proyecto debería enfocarse en diseñar programas que permitan iniciar procesos experimentales en la materia. Además del componente tecnológico, sería necesario construir una base de conocimiento capaz de registrar noticias falsas y generar un diccionario de términos. Esta base podría realizar análisis de frecuencias, clasificar términos según sus características, asignar puntuaciones y calcular niveles de similaridad mediante algoritmos de aprendizaje automático. Dicho programa actuaría como núcleo central de conocimiento y sería capaz de emitir análisis e informes sobre las noticias evaluadas, los cuales podrían ser compartidos con la comunidad científica. Asimismo, sería pertinente diseñar un sistema para la detección de eventos, enfocado en técnicas de predicción y análisis relacional de datos, que permita identificar patrones y prever posibles escenarios futuros con distintos grados de probabilidad.

Paralelamente, resulta esencial desarrollar un modelo de metadatos y sindicación de contenidos que garantice la trazabilidad y calidad de las noticias. Muchas de las publicaciones en medios y redes sociales carecen de metadatos que respondan a preguntas clave como ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿para qué? Además, suele faltar información esencial como la fecha de redacción, publicación, aceptación o modificación; las fuentes empleadas; el grado de confiabilidad; la categoría temática; noticias relacionadas; el autor y su contacto; el medio de procedencia; palabras clave; etiquetas; hechos destacados; y archivos multimedia. La integración de estos metadatos en un modelo de sindicación basado en RSS, un formato que facilita la automatización del acceso a contenidos digitales, permitiría una cobertura más completa de la información difundida en

medios y redes sociales. Además, facilita la recuperación de archivos de noticias mediante suscripción a canales RSS, lo que a su vez aportaría datos automáticos de entrada (input) a los programas de detección de noticias falsas. Esto garantiza un flujo continuo de datos que alimentará los sistemas de aprendizaje automático, los cuales podrían funcionar de manera autónoma con una supervisión periódica por parte de investigadores.

Por último, las redes sociales también podrían beneficiarse de la aplicación de estas medidas. Implementar un sistema RSS actualizado, que incorpore el modelo de metadatos mencionado, ayudaría a automatizar la recopilación y filtrado de noticias mediante software especializado en investigación y aprendizaje automático. Esta estrategia incrementa la transparencia de las plataformas digitales y añadiría un filtro adicional que contribuiría a frenar la difusión de noticias falsas. Al mismo tiempo, permitiría que instituciones de investigación externas a las empresas de redes sociales pudieran identificar y advertir sobre la presencia de este tipo de contenidos fraudulentos.

## Metodología

El proyecto adoptará una metodología cualitativa centrada en la etnografía virtual. Según lo propuesto por Hine (2004) este método implica la observación y análisis de comunidades en línea para comprender su comportamiento y dinámicas sociales. Complementando esta aproximación, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con participantes clave, estas entrevistas proporcionaron insights sobre las experiencias y perspectivas de los individuos en el contexto del periodismo digital en relación con las inteligencias artificiales.

## Resultados

Para efectos de este trabajo, se seleccionaron los tópicos abordados durante el desarrollo de la entrevista, generados a través de las implicaciones de la inteligencia artificial y su uso en el ámbito profesional del periodista, los cuales serán explicados a través de categorías que se detallan a continuación.

### *Fake News*

Las *fake news*, son un problema presente para la labor periodística, debido a que deslegitiman el trabajo de los medios de comunicación y su veracidad con las audiencias digitales. Como mencionó Flores (2024): “hay mucha información en redes que carece de toda veracidad, las famosas *fake news* [...] contribuyen a que exista una manipulación de las masas de una manera tremenda”. (Las transcripciones completas de las entrevistas se presentan en los anexos). Sin embargo, los entornos socio digitales han generado un proceso de adaptación para el periodista digital, el cual debe comprender el contexto y funcionamien-

to tanto de aplicaciones, técnicas y metodologías del procesamiento de la información en el contexto digital. Refirió Flores en la entrevista: “para detectar una noticia falsa es verificar la fuente, quién lo está publicando, si es un medio de una trayectoria reconocida, pues ahí podemos empezar a pensar o discernir de qué sea falsa o no”. De igual manera García expresó al respecto que “se debe de ir directamente a la fuente original, la fuente de primera mano”. Como se observa, los periodistas deben verificar las fuentes de consulta, los medios y la autoría de donde proviene la información, por lo cual, el contexto digital plantea una observación más detallada de la información, debido a su inmediato proceso de difusión y alcance de las audiencias.

## **Ventajas y Desventajas de la Inteligencia Artificial**

En esta segunda categoría se abordan las prácticas, que por un lado han permitido el constante desarrollo de la labor periodística, pero también se está generando su contraparte, la cual plantea un escenario desalentador para el futuro del periodismo en su formato digital.

### ***Ventajas***

La irrupción del Chat GPT ha generado nuevas prácticas en el uso de la redacción y creación de contenido en diferentes géneros y formatos. El participante Flores mencionó “el famoso Chat GPT, al igual que Bard de Google, pues nos permiten realizar redacciones de una manera muy rápida. En cuestión de segundos puede redactarse una columna del tema que queramos”. Ahora el uso de las inteligencias artificiales nos permite generar contenidos de manera más acelerada, sin embargo, siempre hay que cuestionar su contenido y estructura.

Otro aspecto sería la organización y autogestión del medio digital, como comentó Flores, “podríamos conjuntar algunas características de la inteligencia artificial como Chat GPT, Bards, para que nos dieran incluso los famosos Pront, que ayudan también a otras aplicaciones que tienen inteligencia artificial, como el caso de Canva; para que pudieran emitir publicaciones, imágenes, infografías al respecto, etc. Eso simplifica mucho el trabajo, pero debe haber una ética de por medio [...] La automatización de las actividades de publicación digital, pueden autogestionarse, generando un trabajo más rápido, pudiendo, inclusive llegar a más públicos, posicionando el medio digital, claro está sin perder el factor ético que se abordará más adelante”.

También, dentro de los múltiples usos que se le puede dar a las inteligencias artificiales es la búsqueda para detectar noticias falsas. Señaló Flores que “nosotros podemos apoyarnos de las inteligencias artificiales para averiguar, si realmente las fuentes de información de una noticia son verdaderas o en su caso son falsas sería cuestión únicamente de redactar la pregunta en cuestión y que nos den las fuentes de información y consultar nosotros si son sitios verídicos”.

Estas nuevas formas de verificar la información son significativas para la praxis del periodismo digital, esto se complementa con la capacidad del procesamiento de la información que genera la IA refirió García: “evidentemente nos va ayudar a recoger y recopilar la información de manera más directa, más inmediata y mucho más actualizada”. Ahora podemos acudir a refutar las fuentes, contexto y tendencias de las noticias emitidas por medios digitales.

### ***Desventajas***

Si bien la automatización se muestra como una ventaja favorable para la autogestión de publicaciones y difusión de la información, sus fines pueden ser utilizados con prácticas poco éticas. Comentó Flores al respecto: “el utilizar este tipo de herramientas reside en que antes había el envío masivo de anuncios que se realizan a través de automatizaciones, que estos anuncios tengan contenido falso a través de las *fake news*, debido a que mandaban a millones de personas vulnerables que podían creerse esta información”, es evidente que la difusión de una noticia con fines de desinformación o de carácter falso pueden manipular la opinión pública. En este sentido también los gobiernos e ideologías políticas se han dado a la tarea de utilizar la automatización a su favor tal es el caso de Barack Obama y Donald Trump, los cuales guiaron sus campañas a través de las redes socio digitales, para esto Flores refirió: “sería también un arma que podrían utilizar los políticos para el desarrollo de campañas y lógicamente también para los empresarios”.

Una desventaja controversial que se ha suscitado a raíz del surgimiento de las inteligencias artificiales ha sido el reemplazo de las inteligencias artificiales por las actividad laboral humana, para esto Flores refirió: “Otras profesiones como el tema de la educación, también nos podría generar una clase, también podría suplir a los maestros, crear planes de clase, cuestiones pedagógicas, que también ponen en riesgo es profesión, lo mismo las ciencias políticas, políticas públicas, creación de leyes, todos tenemos este riesgo, también los periodistas, como el caso de The New York Times ya hace algunos artículos elaborados por esta inteligencia artificial”. Es importante señalar que el trabajo periodístico se ha visto demeritado, primero por su cambio en formato impreso a su formato digital, y ahora por la capacidad especializada de redacción avanzada de estos programas, señaló en este sentido García que “evidentemente puede generar el despido masivo de periodistas, ya estamos viendo este ejemplo con el caso de conductores en televisión, grupo fórmula empezó a poner a su primera conductora de inteligencia artificial y esto si bien es apenas un proceso inicial me parece que puede ser muy complicado para la labor periodística”, por lo anterior las y los periodistas deben generar procesos de regulación del usos de la inteligencia artificial, hasta el momento las inteligencias acuden al big data y las grandes bases de información de la red, sin embargo, aún no es posible acudir a la recopilación, entrevistas y obtención de la fuente de primera mano.

## Ética periodística

La ética periodística se está viendo afectada por las nuevas formas y prácticas de realizar noticias a través de los espacios digitales, como lo son páginas web y redes socio digitales. Al respecto refirió García que “algunos retos fundamentalmente son combatir las *fake news*, combatir la post verdad y la desinformación, como los grandes agentes nocivos para el agente digital, es apreciable que los retos para el periodista digital han cambiado drásticamente, si no se combaten dichos retos desde una perspectiva humana las inteligencias artificiales pueden hacer uso de prácticas que no son éticas”. La falta de regulación de las inteligencias artificiales debe ser atendida y debatida, en los espacios de comunicación y periodismo, ya que de lo contrario las empresas y gobiernos pueden acceder con estas tecnologías a la privacidad de los ciudadanos, al respecto comentó García: “Hasta donde se van a regular las inteligencias artificiales, ese es un punto que todavía los gobiernos no han analizado pero creo que hay que empezar a observar con la lupa porque las inteligencias artificiales se deben regular, hasta donde violan la privacidad e intimidad de las personas, hasta donde se van a meter en todos nuestros aspectos más humanos, entonces creo que ese es un tema y por eso el estado tiene que regular hasta donde van a llegar la capacidad de las inteligencias artificiales y hasta donde van a ser capaces de sustituir las labores que hace los seres humanos”.

Las y los periodistas en los espacios digitales, deben de hacer uso de las prácticas profesionales no deben de olvidar los siguientes elementos referidos por García “Los periodistas tenemos que dejar a un lado nuestro activismo, nuestras filias, nuestras fobias, para hacer un trabajo lo más imparcial posible y creo que eso es algo que no se debe perder por ningún canal de comunicación, ni por la prensa escrita tradicional, ni por la televisión, ni por la radio y mucho menos por la prensa digital. El método periodístico: la objetividad, la imparcialidad, el equilibrio, el contraste son aspectos que tienen que estar inherentemente asociados a su actividad”. Ahora el periodista digital, debe de mantenerse en una constante actualización, se debe mantener la gestión de: redacción, edición y publicación, el caos, la interactividad, hipertextualidad y la memoria (Gil,2004).

La ética es parte esencial de la deontología del periodista digital, como seres humanos la conciencia y el discernimiento de la realidad son cualidades dentro de nosotros, García cuestionó: “Entonces, ¿cuál es el desafío?: ver de qué manera el periodista puede dar un valor agregado, añadido a su trabajo como profesional respecto a lo que hacen las inteligencias, porque nosotros como seres humanos seguimos teniendo un punto diferencial respecto a las tecnologías es la capacidad de razonar, las tecnologías no razonan solamente procesan la información que ya existe”.

## Hallazgos e interpretaciones

El periodismo ha sufrido cambios y transiciones, en primera instancia una migración de los medios impresos a la radio y más tarde a la televisión, y en tiempos más modernos, de un formato tradicional a formato digital. Estas transiciones y modificaciones han genera-

do una adaptación constante del periodismo, ahora, con la irrupción de las inteligencias artificiales la labor periodística debe de integrar a la praxis su uso, pero de una manera gestionada y complementaria.

Las inteligencias artificiales se transforman en herramientas complementarias para el periodista. Cabe destacar que el periodismo digital en sí mismo ya implica una labor multitarea, por lo que las inteligencias artificiales pueden ayudar a generar filtros por donde la información sea verificada, gestionada y programada para su publicación. En este sentido, algo que puede afectar el adecuado uso de los espacios digitales es la inmediatez de la información ocasionando que las inteligencias artificiales y el llamado uso de los bots (que son agentes digitales automatizados para el diseño de información), puedan ser utilizados con fines poco éticos, de publicidad o simplemente generar más economía de la atención para los medios digitales o páginas web.

Ahora la interacción en las redes socio digitales demanda nuevas políticas del uso y regulación para los filtros por los que atraviesa la información, en este caso la de carácter periodístico debe ser cuidada con mayor atención en las editoriales, agencias de medios y por el mismo periodista. La ética en los entornos digitales debe estar presente de manera cotidiana para la labor periodística, como se señalaba, chat GPT u otras aplicaciones aún no cuenta con una consciencia humana para poder discernir la información, son programas diseñados para automatizar respuestas o trabajos, sin embargo, la capacidad de razonamiento, análisis crítico, consciencia y el discernimiento de la información.

Un factor que tiene particular atención por parte de diferentes profesiones es la pérdida de empleos masivos por el uso de inteligencias artificiales. Aquí es donde los gobiernos deben generar una intervención, generando medidas de regulación con el uso de las inteligencias artificiales. También, ya no solo es un aspecto del factor de los gobiernos para la regulación del uso de las IA, ahora los especialistas de diferentes áreas deben buscar alternativas en coloquios, congresos y seminarios, para obtener un mayor conocimiento respecto al futuro inmediato de las IA. En este sentido los especialistas de las áreas de comunicación y periodismo deben mantenerse actualizados constantemente en torno a los tópicos del uso de las nuevas tecnologías de la información y las inteligencias artificiales.

Finalmente, la problemática de las noticias falsas puede ser atendida con los siguientes elementos:

- Generar filtros automatizados por donde pase la información.
- Verificación de las fuentes, primero por el periodista y posteriormente complementar el trabajo con alguna IA.
- Utilizar programas especializados para la detección de noticias falsas que tengan un alto grado de fiabilidad.
- Hacer uso de la labor profesional y el factor ético en los entornos digitales.
- El periodista debe mantener actividades multitarea, esto permitirá un mejor panorama de cómo circula la información en la red.

Con estos elementos, tanto la noble labor periodística como la de los medios pueden complementarse en conjunto con la IA y las tecnologías de la información.

## Conclusiones

El periodismo ha desarrollado actualizaciones tecnológicas, profesionales, deontológicas y prácticas, de una manera acelerada con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Inclusive aún existen medios de comunicación que se están adaptando a los espacios digitales, pero con la irrupción de las inteligencias artificiales, las habilidades humanas se ven desplazadas en los espacios del ciberespacio. Por un lado, las inteligencias artificiales tienen una capacidad de redacción avanzada, creación de imágenes, videos, entre otro tipo de formatos y productos comunicativos. La capacidad humana requiere de mayor atención, en conjunto con un procesamiento de la información más detallado. El periodista debe tener habilidades multitarea, para poder emular los procesos que genera y pueda llegar a desempeñar la inteligencia artificial.

Sin embargo, así como la IA evoluciona, las y los profesionales de la comunicación tienen que aprender a utilizar las innovaciones tecnológicas de manera complementaria, inteligente y eficaz, de tal forma que se mejoren los procesos de creación, redacción o inclusive las propuestas a través de los espacios donde la información circula. La inteligencia artificial no llega como sustituto del factor humano dentro del periodismo, las fuentes aún son recolectadas de primera mano por las y los profesionistas, atravesando una redacción meticulosa y pasando por varios filtros para ser publicadas.

La IA es una herramienta que, en un futuro inmediato, puede ayudar a mejorar la detección de noticias e información falsa; también puede ser utilizada para generar informes en los medios de comunicación que trabajan con la IA y tomar mejores decisiones en espacios digitales. Pero al mismo tiempo, estas acciones generan, por un lado, cuestiones e implicaciones éticas del uso de la IA para en cuanto a la generación de noticias, así como un cambio del modelo económico de realizar noticias. Ante estos cambios tan acelerados, debe continuar la investigación entre los profesionales de la comunicación y los expertos en el uso de la IA, cuyo propósito es el de potencializar la evolución tecnológica en los medios de comunicación digitales.

## Propuestas

- Habilitar a los profesionales del periodismo y la comunicación para que aprendan a generar contenido con la inteligencia artificial.
- Observar de manera constante los cambios que pueda tener la Inteligencia Artificial.
- Utilizar la Inteligencia Artificial de manera ética y responsable, evitando cometer plagios.
- Discernir los contenidos digitales para poder identificar contenido falso y medios que utilicen inteligencia artificial.
- Distinguir la inclinación política e ideológica del algoritmo que tenga la Inteligencia artificial.
- Crear políticas y normas, respecto al uso de la IA en los espacios que trabajen con la información.

## Referencias bibliográficas

- Blázquez, M. (2018). *El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas*. e-LiS.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial.
- Flores, A. R. (2 de abril de 2024). *Inteligencia artificial y periodismo*. (M. Fonseca, Entrevistador)
- Fuchs, C. (2021). Los comunes digitales y la esfera pública digital: sobre cómo hacer avanzar la democracia digital en la actualidad. *Hipertextos*, 9(16), 13-34.
- García, J. I. (10 de abril de 2024). *Inteligencia artificial y periodismo 2*. (M. Fonseca, Entrevistador)
- García, M. A. (2019). *Los medios de comunicación contra las noticias falsas: todo es falso, ¿salvo el periodismo?* En Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid (pp. 21–41).
- Gil, Q. (2004). *Nuevos perfiles profesionales*. TELOS (59), 1-12.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Lassi, A. (2022). Implicancias étnicas de la inteligencia artificial. Tecnologías y producción de noticias. *InMediaciones*, 17(2), 153-169.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Polo, A. (2020). Sociedad de la información, sociedad digital, sociedad de control. *Inguaruak*(68), 50-77.
- Perez C. R. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65–74. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7028909>
- Yuste, B. y Sandoval, M. T. (2005). *Carencias y Retos*. Obtenido de Almedrón: [https://www.almendron.com/blog/wp-content/images/2014/05/periodismo\\_en\\_red.pdf](https://www.almendron.com/blog/wp-content/images/2014/05/periodismo_en_red.pdf)

**Abstract:** The technological revolution has transformed the landscape of journalism, taking it from print media to the digital world. This change has generated constant adaptation in journalistic practice, especially with the emergence of artificial intelligence. In this context, there is a need to understand how digital journalism incorporates and adapts to its use, as well as the ethical and professional challenges it faces. This research proposes to explore these dynamics using a qualitative methodology based on virtual ethnography and semi-structured interviews, analyzing the impact of artificial intelligence on digital journalism and strategies to address its challenges..

**Keywords:** digital journalism - artificial intelligence - information - journalistic practice

**Resumo:** A revolução tecnológica transformou o panorama do jornalismo, levando-o dos media impressos para o mundo digital. Esta mudança tem gerado uma constante adaptação na prática jornalística, principalmente com o aparecimento da inteligência artificial. Neste contexto, é necessário compreender como o jornalismo digital incorpora

e se adapta à utilização destas tecnologias, bem como os desafios éticos e profissionais que enfrenta. Esta investigação propõe-se explorar estas dinâmicas através de uma metodologia qualitativa baseada na etnografia virtual e entrevistas semiestruturadas, analisando o impacto da inteligência artificial no jornalismo digital e estratégias para enfrentar os seus desafios.

**Palavras-chave:** jornalismo digital - inteligência artificial - informação - prática jornalística

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---