

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO



La revolución de la Inteligencia Artificial en el periodismo

Angie Natalia Pulido Fajardo

Santiago Alonso Garzón

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicador Social- Periodista**

Juan Simón Cancino Peña, director

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Bogotá
Bogotá Presencial
Facultad Ciencias de la Comunicación
Comunicación Social Periodismo -CSOC
2024

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Agradecimientos

Angie Natalia Pulido

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento, en primer lugar, a Dios, por guiar cada paso de este proceso y permitirme culminarlo con éxito. A mi abuelita, cuyo apoyo incondicional y sabios consejos fueron una luz constante en este camino; sin ella, no estaría donde estoy hoy. A nuestro tutor, Simón Cancino, por su dedicación, compromiso y valiosa guía, que hicieron posible que este proyecto tomara forma. A los entrevistados, quienes con su generosidad al compartir sus conocimientos enriquecieron cada etapa de esta experiencia. Y, finalmente, a Santiago, mi compañero de vida, por estar a mi lado desde el primer día con su apoyo incondicional y motivación constante; sin él, este proyecto no habría sido posible.

Santiago Alonso

En primer lugar, agradezco a Dios por ayudarme a superar cada obstáculo con sabiduría siendo un camino largo culminando mi trayectoria académica, a mi familia por su apoyo incondicional, a nuestro tutor Juan Simón Cancino por ayudarnos como guía y maestro además de todo su carisma como profesor y por último a mi novia con la cual juntos sacamos este proyecto adelante y sin la cual no podría haber sido posible.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Tabla de contenido

RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
REFERENTES PERIODÍSTICOS Y ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
OBJETIVO GENERAL	22
MARCO REFERENCIAL	22
METODOLOGÍA	33
DISEÑO METODOLÓGICO	36
DISEÑO DE PLAN DE PRODUCCIÓN	38
REFERENCIAS	41
ANEXOS	46

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Resumen

Este proyecto de investigación examina el impacto de la Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo, centrándose en su influencia en la calidad de la información, la ética profesional y el mercado laboral. A través de entrevistas con expertos, el estudio recoge ideas y experiencias que revelan cómo la IA está cambiando las redacciones, la forma de consumir noticias y el papel del periodista. Utilizando un enfoque cualitativo, el estudio identifica tanto las oportunidades como los riesgos asociados con la automatización, incluyendo la generación de desinformación y la posible pérdida de empleos tradicionales. Asimismo, se plantean estrategias para incorporar la IA al periodismo de forma responsable y eficiente, garantizando que mantenga su importancia y estándares de calidad en el contexto tecnológico actual.

Palabras clave: Inteligencia artificial, periodismo, ámbito laboral, desinformación.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Abstract

This research project examines the impact of Artificial Intelligence (AI) on journalism, focusing on its influence on information quality, professional ethics and the labour market. Through interviews with experts, the study collects insights and experiences that reveal how AI is changing newsrooms, the way news is consumed and the role of the journalist. Using a qualitative approach, the study identifies both the opportunities and risks associated with automation, including the generation of misinformation and the potential loss of traditional jobs. Likewise, strategies are proposed to incorporate AI into journalism in a responsible and efficient way, ensuring that it maintains its importance and quality standards in the current technological context.

Keywords: Artificial intelligence, journalism, the workplace, disinformation.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Introducción

En la actualidad, el periodismo tradicional presenta grandes desafíos de la mano de la integración de la inteligencia artificial como herramienta y apoyo principal del periodista. Si bien esta integración plantea oportunidades para la automatización, creación y distribución de contenido, también genera gran incertidumbre al enfrentar riesgos asociados con la credibilidad, la calidad informativa y el posible reemplazo de roles y tareas repetitivas.

Este proyecto se centra en analizar el impacto de la integración de la IA en el mundo laboral, abordando temas como la desinformación, la importancia de la curaduría de contenidos y la posible hibridación del periodismo hacia una disciplina que adopte estas nuevas tecnologías. Todo esto se considera desde las perspectivas de periodistas, académicos y directores de programas educativos.

Con base en lo anterior, el objeto de estudio se orienta hacia la comprensión del impacto de la IA en aspectos fundamentales del periodismo, tales como la ética y la calidad de la información, identificando estrategias que permitan aprovechar estas nuevas herramientas de forma adecuada, garantizando siempre la calidad informativa.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Justificación

El progreso de la Inteligencia Artificial (IA) en la sociedad actual ha generado cambios notables en varios aspectos de la vida cotidiana. Organizaciones e instituciones líderes en la investigación y desarrollo de la IA, como OpenAI y la Asociación para el Avance de la Inteligencia Artificial, han identificado y descrito las diversas maneras en que esta tecnología ha tenido un impacto en distintas profesiones y disciplinas. Estos ejemplos van desde la automatización de labores repetitivas hasta la creación de sistemas de IA capaces de tomar decisiones de alto nivel de complejidad.

Esta transición hacia la colaboración entre humanos y máquinas plantea interrogantes fundamentales sobre ¿cómo afectará esta automatización a la calidad del contenido periodístico y la profundidad del análisis? y ¿cuál será el impacto laboral en el sector periodístico tradicional, con la posibilidad de la pérdida de empleos tradicionales y la necesidad de adquirir nuevas habilidades relacionadas con la IA?

Esta investigación se justifica porque aborda estas preguntas cruciales y porque analiza cómo la IA está remodelando el campo del periodismo. Por otro lado, busca proporcionar una comprensión profunda de los efectos de la IA en el periodismo, tanto en el ámbito laboral como en la calidad informativa. Además, tiene como objetivo ofrecer recomendaciones y estrategias concretas para garantizar que el periodismo mantenga su integridad y relevancia en la era de la IA.

Sin duda, la era digital ha transformado el panorama del periodismo. Con los rápidos avances de la tecnología, los periodistas ahora enfrentan el desafío de adaptarse efectivamente a nuevas plataformas y herramientas para entregar noticias a una audiencia en constante cambio. Asimismo, el auge de las redes sociales y las fuentes de noticias en línea ha provocado un aumento de la desinformación, lo que representa una amenaza importante para la credibilidad de los medios de comunicación tradicionales.

El desarrollo y la aplicación de la IA han sido ampliamente documentados y discutidos por expertos y académicos en el campo (López, 2018). Los investigadores

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

han estudiado la IA desde diversas perspectivas, incluyendo la ética, la seguridad y la responsabilidad. La comprensión de cómo la IA impacta en la sociedad y en las vidas de las personas es esencial para asegurar su uso beneficioso y evitar posibles riesgos.

Por esto es importante analizar el impacto de la Inteligencia artificial en el futuro del periodismo en el ámbito laboral y su influencia en la desinformación, teniendo en cuenta las opiniones y perspectivas de periodistas que trabajan en salas de redacción, profesores investigadores y directores de programa mediante la creación de un reportaje periodístico donde se asegure que se evidencie cual sería el uso beneficioso de la IA en el campo y como evitar posibles riesgos con la misma.

Planteamiento del problema

En pleno siglo XXI, la acelerada evolución tecnológica ha cambiado por completo la manera en que se accede, consume y comparte información. Uno de los campos más impactados por esta revolución es el periodismo, una disciplina cuyo rol en la sociedad es esencial para informar, analizar y contextualizar los eventos que rodean el mundo. En este contexto, la entrada de la Inteligencia Artificial (IA) se presenta como un arma de doble filo: por un lado, ofrece oportunidades para la automatización de tareas y la generación de contenido más eficiente y, por otro lado, plantea interrogantes fundamentales sobre la calidad, la ética y el futuro de esta profesión.

La IA es el estudio de cómo hacer que las computadoras realicen cosas que, en la actualidad, los humanos hacen mejor (SAS, s.f.), esta ha alcanzado un nivel de desarrollo en el que es capaz de procesar grandes volúmenes de datos y generar contenido textual de manera coherente y convincente. Esta capacidad tiene el potencial de revolucionar la forma en que se crea y distribuye la información periodística. Sin embargo, el desafío surge en discernir cómo esta barrera entre periodismo e IA influirá en la integridad de las noticias, la diversidad de perspectivas y la sostenibilidad de la industria periodística en sí.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Karen Sánchez (2023) plantea que la Inteligencia Artificial en un enfoque periodístico ha sido utilizada para generar informes, artículos periodísticos, analizar intereses de los usuarios y personalizar la entrega de contenido relevante para cada individuo, además, de que permite ahorrar en costos para producir noticias diarias haciéndolas interactivas y comprensibles al lector.

Actualmente, la interconexión del periodismo con la Inteligencia Artificial (IA) está creando una transformación de gran impacto en cómo se produce, distribuye y consume información. Si bien la IA da ventajas como eficiencia, personalización y oportunidades novedosas dentro del periodismo, también plantea desafíos considerables que necesitan ser atendidos de manera ética. Según Josep Burgaya (2023):

Esta no puede ni podrá proporcionar la imprescindible e insustituible mirada del periodista que debe proporcionar contexto, emocionalidad, dominio de los géneros, redacción literaria, contraste, certidumbre de fuentes...

Recalca que hay ciertas cosas que la tecnología o cualquier herramienta automatizada no pueden hacer en comparación con el papel del periodista en la sociedad. La tecnología no puede y nunca podrá ofrecer la mirada esencial e irremplazable que un periodista debe facilitar (Burgaya, 2023).

El mayor problema que enfrenta el periodismo es que la Inteligencia Artificial ha hecho posible crear noticias falsas y difundirlas rápidamente, lo que puede también confundir a la gente. Algunas tareas que solían hacer las personas, como escribir noticias sencillas basadas en datos, ahora las hace la IA y a medida que la tecnología automatizada gana terreno en la producción y difusión de noticias, surge la preocupación por la pérdida de empleos tradicionales en el sector periodístico.

A medida en que la Inteligencia Artificial avanza surgen varias preocupaciones que se desglosan a continuación:

- a) **Automatización:** La IA ha demostrado su capacidad para realizar tareas rutinarias en la redacción y producción de noticias, liberando a los periodistas de

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

trabajos repetitivos. No obstante, surge el cuestionamiento sobre si esta automatización comprometerá la calidad del contenido y la profundidad del análisis que define el periodismo de calidad (Túñez, Toural y Valdiviezo, 2019).

Esta nueva etapa es algo que indudablemente ha aliviado la carga de trabajo de los periodistas al liberarlos de algunas tareas. No obstante, esta automatización plantea una cuestión crucial, ¿afectará negativamente a la calidad del contenido y a la profundidad del análisis que son fundamentales para el periodismo de calidad? En este sentido, la implementación de la IA en el periodismo debe ser cuidadosamente evaluada para garantizar que, si bien mejora la eficiencia, no comprometa la integridad y el valor del periodismo en términos de análisis profundo y calidad informativa.

- b) **Impacto Laboral:** La introducción de la IA podría transformar el panorama laboral periodístico, con la posibilidad de pérdida de empleos tradicionales y la necesidad de adquirir nuevas habilidades en análisis de datos, programación y ética algorítmica (Sanguinetti, 2023).

Existe la posibilidad de una pérdida de empleos en roles tradicionales. Esta transformación plantea desafíos y oportunidades para los periodistas, ya que deben adaptarse a un entorno laboral en constante evolución y abrazar las herramientas de IA de manera ética y efectiva para mantener la relevancia en el campo periodístico.

- c) **Credibilidad y Desinformación:** La generación automatizada de noticias plantea el riesgo de que el contenido erróneo o falso se difunda con mayor velocidad. La cuestión de cómo garantizar la veracidad y la responsabilidad en un contexto de generación algorítmica de noticias se vuelve esencial para mantener la confianza del público en las fuentes periodísticas (Túñez, Toural y Valdiviezo, 2019).

En este contexto, se vuelve esencial abordar la cuestión de cómo garantizar la veracidad y la responsabilidad en la producción de noticias

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

generadas por algoritmos. Los profesionales del periodismo deben desarrollar estrategias efectivas para verificar y validar la información generada por la Inteligencia Artificial y combatir la propagación de noticias falsas, lo que implica una responsabilidad ética y un desafío constante en la era de la automatización informativa.

Referentes periodísticos y antecedentes investigativos

Por otro lado, se adelantó la búsqueda de documentos publicados en los últimos diez años como tesis, artículos y monografías relacionados con conceptos como inteligencia artificial, periodismo, ámbito laboral y desinformación, indispensables para la realización y construcción de esta investigación.

Inteligencia Artificial

El enfoque principal de este proyecto se centra en la Inteligencia Artificial, para abordar esta categoría se analizaron textos investigativos que tratan sobre este tema desde diferentes ángulos, para así mismo, obtener una perspectiva más completa en la investigación.

Como primer antecedente se expone la monografía *Los beneficios de la inteligencia artificial en el sector empresarial* realizada por Julio Eduardo Suarez Prieto de la Universidad Santo Tomás de la facultad de Administración de Empresas en Bogotá (2018). El objetivo del proyecto es “identificar los beneficios de la inteligencia artificial (I.A.) en la mejora de la eficacia y la eficiencia de la empresa a través de los desarrollos tecnológicos aplicados en el siglo XXI con el fin de contextualizar a las empresas del poder global y competitivo que estas tecnologías generan” (Suarez, 2018). De modo que, se aplicó una metodología cualitativa que se basa en la identificación y comprensión de la percepción y opiniones de veinte profesionales encuestados.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Esta monografía concluye que, la implementación de tecnologías en empresas ayuda a superar obstáculos complejos en el análisis de información y el conocimiento, generando también ventajas competitivas, eficiencia y capacidad para enfrentar desafíos globales (Suarez, 2018). Además, es importante destacar que la IA también influye positivamente en la mejora de la efectividad y eficiencia de las empresas, transformando la forma en que las personas interactúan con las máquinas.

Esta investigación no está alejada de la que se plantea, ya que ayuda a comprender la importancia de la inteligencia artificial en el entorno empresarial y cómo está transformando las estrategias desde una perspectiva positiva brindando un panorama amplio a los medios de comunicación.

Como segundo antecedente se presenta un informe publicado por el *Reuters Institute for the Study of Journalism* instituto que hace parte de la Universidad de Oxford y realiza investigaciones exhaustivas sobre la evolución de la industria de los medios de comunicación en todo el mundo: este informe es titulado *Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2023* escrito por Nic Newman (2023). Este informe tiene como objetivo analizar las posibles facciones y problemáticas que están impactando a la sostenibilidad de los medios tradicionales además de poner sobre la mesa lo que le espera al periodismo con la implementación de la Inteligencia artificial en el campo. Para esto se realizaron diferentes encuestas sobre el uso que le dan las personas a las IA además de analizar distintas cadenas televisivas que ya están implementando estas nuevas tecnologías.

Este informe finaliza planteando que la inteligencia artificial está impactando la eficiencia y la automatización en los medios, lo que plantea oportunidades, pero también dilemas éticos sobre la manipulación de contenido. El periodismo debe encontrar un equilibrio entre la tecnología y su calidad humana para destacarse entre los medios automatizados y sintéticos (Newman, 2023). El futuro del periodismo dependerá de su capacidad para adaptar el contenido digital a las necesidades de las audiencias, al

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

tiempo que preserve su confiabilidad y relevancia en un mundo de información en línea abrumadora.

Teniendo en cuenta que, aunque el enfoque del informe está más arraigado a otros factores que pueden influir en la sostenibilidad del periodismo también toca puntos importantes sobre la inteligencia artificial y su implementación al campo, mencionando la integración de chatbots como ChatGpt, al igual que la idea de tener reporteros virtuales lo cual abre las puertas a debatir sobre las futuras regulaciones de la IA en el periodismo. Estos son puntos de gran importancia que contribuyen a esta investigación.

Como último antecedente se presenta el artículo *Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo* escrito por Idoia Salazar de la universidad CEU San Pablo, Madrid, España (2018) que tiene como objetivo analizar el impacto de las nuevas tecnologías en particular la inteligencia artificial en el periodismo, su metodología en el artículo se centró en la revisión de diferentes artículos científicos relevantes sobre el tema además, de contar con la asistencia a congresos, seminarios y conferencias sobre el impacto de la IA, al igual que foros internacionales sobre la ética de las IA.

Este artículo llegó a la conclusión de que la IA transformará el periodismo donde los humanos y las máquinas deberán colaborar estrechamente, redefiniendo los roles profesionales, no obstante, esto requiere abordar temas éticos además de una rápida adaptación a los cambios tecnológicos que está teniendo el mundo.

La importancia de este artículo en relación con nuestra investigación, es que contribuye de manera positiva al aportar información, datos concretos y la identificación de problemáticas éticas emergentes para de esta manera brindar un panorama completo sobre como la IA está transformando al periodismo, permitiendo visualizar un posible futuro.

A partir de lo que se ha mencionado previamente, es claro que la Inteligencia Artificial (I.A.) tiene un gran impacto en muchas áreas, incluyendo el periodismo. Los trabajos aquí expuestos muestran de manera específica como la IA tiene el potencial de

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

transformar y mejorar significativamente numerosos aspectos de la vida profesional. En el campo del periodismo ayuda a los periodistas a trabajar de manera más efectiva permitiéndoles centrarse en crear noticias de mejor calidad. Así pues, estos antecedentes ayudan a percibir de una manera distinta el mundo de la automatización donde muestra que la I.A. no solo tiene aspectos negativos, como preocupaciones sobre la automatización completa, sino que también trae aspectos positivos al periodismo, mejorando la calidad de la información y agilizando el trabajo de los periodistas.

Periodismo

La segunda categoría del trabajo de investigación habla sobre el futuro que tendrá el periodismo debido a que la automatización de tareas puede generar discrepancia en la difusión y redacción de noticias.

Como primer antecedente de esta categoría se expone el artículo *Periodismo es ciencia y también utopía* realizada por Carlos Tomeo Escuin de la Universidad Complutense de Madrid (2021). El objetivo de este artículo es analizar la relación entre el periodismo ciudadano y el periodismo profesional, específicamente en el contexto del periodismo digital y tratar de definir los términos de Periodismo y Periodista (Escuin, 2021). Para esto el autor realizó una metodología mixta cuantitativa y cualitativa donde se evidencia con mayor amplitud la observación participante. Por otro lado, se adelantó una revisión bibliográfica y un análisis del contexto actual del periodismo.

Este artículo concluye con una crítica según la cual los periodistas priorizan sus necesidades individuales sobre el bienestar social, por ende, los términos Periodismo y Periodista siguen siendo confusos y mal definidos después de dos siglos (Escuin, 2021). También, los periodistas deben validar y contextualizar la información generada por los ciudadanos para así mismo generar una colaboración que puede mejorar la investigación y las fuentes.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

De acuerdo con lo anterior, esta investigación presenta un enfoque periodístico bastante amplio, destacando que el periodismo profesional y tradicional conserva una relevancia fundamental frente a las nuevas formas de hacer periodismo en el contexto de la era digital, por consiguiente, aporta aspectos que no se deben olvidar a la hora de hacer periodismo y la ética que se debe tener al moverse en ese campo.

Como último antecedente se presenta el artículo *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial* realizada por María José Ufarte Ruiz, Luis Mauricio Calvo Rubio y Francisco José Murcia Verdú de la Universidad de Castilla-La Mancha (España) (2021). El objetivo de este artículo es analizar los principales desafíos éticos a los que se enfrenta el periodismo con la llegada de la inteligencia artificial a las redacciones (Ufarte, M., Calvo, L. y Murcia, F., 2021).

Para la realización de este artículo se optó por la metodología cualitativa, ya que se hizo una revisión bibliográfica, un análisis del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) y tres consultas con cuestionarios abiertos y cerrados.

En resumen, esta investigación reunió la perspectiva de expertos académicos sobre los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial (IA). Los resultados mostraron que existen acuerdos en garantizar la privacidad, formar a profesionales en el uso de la IA, fomentar la transparencia y evitar sesgos algorítmicos.

La incorporación de la inteligencia artificial en el periodismo plantea importantes desafíos éticos relacionados con la privacidad, la formación, la transparencia y la autoría. Los periodistas tendrán un rol esencial en supervisar y contrastar los contenidos generados por la IA, y es crucial que las facultades de periodismo proporcionen una formación sólida sobre el uso ético de estas tecnologías. Además, se destaca que la IA no elimina por completo el sesgo informativo, ya que solo los seres humanos pueden proporcionar el contexto necesario. En resumen, el artículo analiza los retos éticos que

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

plantea la IA en el periodismo y concluye que es obligatorio adaptar la ética periodística a esta evolución tecnológica.

Este artículo pudo aportarnos la perspectiva de expertos académicos en el ámbito periodístico de cómo mantener la ética dentro de las nuevas tecnologías y cómo estas pueden hacer fusión para garantizar privacidad, fomentar la transparencia y evitar los sesgos informativos.

En resumen, los antecedentes analizados arrojan luz sobre el futuro del periodismo en un contexto de creciente automatización. Se destaca la importancia de definir claramente los términos "Periodismo" y "Periodista", especialmente en un entorno digital en el que el periodismo ciudadano y el periodismo profesional se entrelazan. Además, la inteligencia artificial plantea desafíos éticos, como la privacidad, la formación y la transparencia. Estas investigaciones ofrecen una perspectiva valiosa sobre cómo fusionar la ética y la tecnología para garantizar la calidad y la integridad en el periodismo.

Ámbito laboral

La inteligencia artificial está revolucionando el periodismo al automatizar tareas y personalizar contenido, pero también plantea desafíos éticos que deben ser abordados para mantener la integridad de la profesión y que no afecte en la vida laboral.

Como primer antecedente de esta categoría se expone el artículo *Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial* (2019) realizada por Miguel Túñez López, Carlos Toural Bran y Cesibel Valdiviezo Abad docentes del departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela en España. Su objetivo es “analizar el impacto y la calidad del periodismo artificial” (Túñez, Toural y Valdiviezo, 2019). Es decir, hacer un análisis sobre esta tendencia emergente del "periodismo artificial", estudiando tanto su repercusión e incorporación en los medios, como las características y el valor de los contenidos que se producen en comparación con el trabajo humano.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

En el artículo se “realiza un estudio bibliográfico para identificar y sintetizar los principales informes y estudios sobre automatización en periodismo. También se realiza un análisis comparativo de noticias deportivas redactadas por algoritmos y noticias elaboradas por periodistas humanos” (Túñez, Toural y Valdiviezo, 2019).

En pocas palabras se concluye que la automatización del periodismo se instala en todos los ámbitos: organizaciones, relaciones de éstas con medios, en los propios medios, en contenidos multimedia, etc. El papel de las profesiones va a cambiar con la automatización y el periodismo no es ajeno a esos cambios, de modo que, las noticias seguirán cambiando día a día y las máquinas ya no sólo redactarán, sino que se van a actualizar y presentarán noticias que se modificarán en tiempo real. (Túñez, Toural y Valdiviezo, 2019).

Esta tesis se basa en la automatización de noticias, y se puede asociar a la investigación en curso, ya que dichos avances tecnológicos, como la Inteligencia Artificial, pueden ser usados laboralmente en el periodismo, tomando un papel importante en recopilar información en lugares de difícil acceso e, incluso, hacer coberturas más rápidas y precisas de eventos y noticias. Además, la IA generaría grandes oportunidades beneficiando la empleabilidad a medida que los trabajadores se adaptan sin necesidad de ser sustituidos.

Como último antecedente se expone la monografía *Efectos de la Inteligencia Artificial en las Empresas* elaborada por Angie Daniela Pardo Melo, Zaida Marcela Cañón y Juliana Camila Téllez Alonso (2020) de la Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá. El objetivo general de esta es “Determinar qué es la inteligencia artificial y cuáles son los efectos que esta genera en las empresas, así como la manera en que impacta positivamente a los empleados, y a su vez, a la eficiencia de las compañías orientando así los beneficios de esta tecnología hacia los negocios internacionales” (Pardo,A; Cañon, Z y Tellez, J, 2020).

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Esta monografía concluye que es esencial que las pequeñas y medianas empresas de Colombia adopten la inteligencia artificial para potenciar su productividad y competitividad en un entorno empresarial en constante evolución. La implementación de la IA no solo beneficia los procesos internos y la eficiencia, sino que también mejora la experiencia del cliente y fortalece la seguridad de los datos. Además, la IA permite una mayor interacción entre la sociedad y la tecnología, generando un mercado laboral más eficiente y adaptado al mundo globalizado. Esta investigación aporta de manera significativa al ámbito periodístico, ya que muchas empresas dedicadas a la difusión de noticias pueden incluir herramientas que automaticen el trabajo de sus empleados y así mismo generar en ellos nuevas habilidades respecto a las nuevas tecnologías.

En conclusión, las investigaciones y tesis analizadas muestran el potencial de la inteligencia artificial (IA) para mejorar la eficiencia y la calidad de las operaciones en diversos campos, incluyendo la robótica y las empresas. La IA puede replicar acciones humanas básicas y tomar decisiones basadas en datos pasados, lo que presenta oportunidades tanto en el ámbito laboral como en la mejora de la experiencia del cliente. En el contexto del periodismo, la IA puede desempeñar un papel importante en la recopilación de información y en la automatización de tareas, lo que beneficiaría a la industria y a los empleados al desarrollar nuevas habilidades relacionadas con la tecnología.

Desinformación

La inteligencia artificial puede tanto combatir como propagar la desinformación, siendo un desafío constante en la lucha contra las noticias falsas. La ética y la regulación son fundamentales para abordar en esta investigación.

Como primer antecedente se pretende analizar el siguiente artículo titulado *No digas fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones* escrito por Carlos Rodríguez Pérez (2019) de la Universidad de

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Ibagué y en el cual se busca examinar las consecuencias e implicaciones que tienen al día de hoy las fake news no solo en los medios de comunicación sino además en la amplia red del internet, que propone que el periodismo de verificación es el único que puede contrarrestar este fenómeno.

Para esto se llevó a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica sobre las fake news y sus implicaciones citando varios estudios previos que son relevantes para el tema como Vosoughi (2018) Grinberg (2019) y Allcott & Gentzkow (2017) los cuales son en su mayoría artículos académicos.

El artículo concluye que el fenómeno de la desinformación y las noticias falsas representan un desafío importante para el periodismo en la era digital, dado que su propagación, a través de las redes sociales, afecta la calidad del debate público y de la confianza en medios tradicionales. Si bien el fact-checking surge como una respuesta positiva para verificar datos y combatir falsedades, se requiere de estrategias más integrales de los medios, las plataformas digitales y la academia para controlar los flujos de información engañosa.

Este artículo presenta un análisis profundo del concepto de fake new, la complejidad del fenómeno de la desinformación y todo su impacto en la sociedad, en este sentido, el texto proporciona contexto, evidencias e ideas útiles para enmarcar cómo la desinformación representa uno de los principales desafíos que enfrenta el periodismo, otorgando fundamentos teóricos y conceptuales que enriquecen esta investigación así como evaluar respuesta al problema, como el uso del fact-checking, lo cual sirve para identificar y analizar posibles soluciones que el periodismo del futuro podría adoptar o mejorar con apoyo de IA.

Como segundo antecedente se expone el artículo titulado *Fact-checking vs Fake news': Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación* escrito por Gabriel Lotero Echeverri, Luis M Romero y M Amor Pérez Rodríguez de las Universidades Pontificia Bolivariana, Internacional de la Rioja y

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Universidad de Huelva (2018). Dicho artículo tiene como objetivo analizar la metodología del Fact checking o periodismo de verificación de datos como una herramienta para combatir la desinformación y las noticias falsas, además plantea que la metodología de utilizar un análisis de contenido web y una revisión teórica basándose en un estudio de caso cualitativo y exploratorio en el artículo, puede servir para reforzar la competencia mediática de ciudadanos y periodistas al darles herramientas para verificar por sí mismos la información antes de compartirla. (Loteró, Romero y Pérez, 2018).

El artículo finaliza enfatizando que el fact-checking es una técnica transparente y educativa que permite reforzar las habilidades de las personas para contrastar y evaluar críticamente los contenidos que reciben y con los cuales interactúan en internet, además de plantear al periodismo de verificación de datos como una estrategia proactiva de gran valor para contrarrestar la desinformación, desarrollar el pensamiento crítico de la ciudadanía y defender el derecho a una información confiable y de calidad. (Loteró, Romero y Pérez, 2018).

Teniendo en cuenta el análisis que presenta el artículo acerca del fact-checking y cómo enfatiza en que es esencial que las personas puedan aprender a identificar las noticias e información que carece de solidez es de gran ayuda a esta investigación la adopción de dichos conceptos como un tipo de alfabetización mediática frente a la amenaza de la desinformación y la posible incorporación más arraigada de las IA al campo del periodismo a futuro.

Como último antecedente de esta categoría se analizó el artículo titulado *Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots* escrito por Jesús Miguel Flores Vivar (2019) en donde por medio de tanto técnicas cualitativas (análisis de textos) como cuantitativas (selección y análisis estadístico de aplicaciones de bots) pretende dar un enfoque de análisis del potencial de los bots de la inteligencia artificial como herramientas para diluir el impacto de las noticias falsas y la desinformación en el periodismo.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

El autor concluye resaltando la necesidad de seguir desarrollando bots cada vez más avanzados y enfocados en el comportamiento humano, sin embargo, es necesario utilizar algoritmos más avanzados para identificar y eliminar bots dañinos antes de analizar la difusión de noticias; cabe resaltar que es importante fomentar la alfabetización de los periodistas y usuarios para poder frenar la desinformación y no solo depender de las IA en un futuro.

Los resultados y conclusiones del artículo son relevantes para nuestra investigación ya que destacan el potencial de los bots de IA como herramientas para verificar información y frenar la desinformación que afecta la credibilidad de los medios, esto sienta bases sólidas para analizar el futuro de la profesión de la mano con las IA además el artículo puede contribuir a la investigación como punto de partida de nuevas iniciativas innovadoras que aprovechen las IA para mejorar la calidad informativa y recobrar la confianza del público en el periodismo

En resumen, los tres antecedentes analizados proporcionan valiosas perspectivas sobre el desafío de las noticias falsas y la desinformación en el periodismo en la era digital, se destaca la complejidad de este fenómeno y la necesidad de estrategias integrales para combatirlo, como el fact-checking y posiblemente el apoyo de la inteligencia artificial (IA). También se enfatiza la importancia del fact-checking como una herramienta educativa que empodera a la ciudadanía y a los periodistas para verificar la información antes de compartirla y señala el potencial de los bots de IA para mitigar el impacto de las noticias falsas, pero destaca la importancia de la alfabetización mediática y la necesidad de algoritmos avanzados para identificar y eliminar bots dañinos. En conjunto, estos antecedentes ofrecen un marco sólido para explorar el futuro del periodismo en la era de la IA y la lucha contra la desinformación.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Objetivo General

Analizar el impacto de la Inteligencia artificial en el futuro del periodismo en el ámbito laboral y su influencia en la desinformación, según las opiniones y perspectivas de periodistas que trabajan en salas de redacción, profesores investigadores y directores de programa.

Objetivos Específicos

1. Determinar las percepciones de expertos en cuanto a cómo la IA impacta la calidad y la profundidad del análisis en el periodismo, considerando diferentes enfoques y argumentos presentados.
2. Proponer posibles estrategias y recomendaciones que los expertos sugieren para mitigar los riesgos de la desinformación para aprovechar las ventajas de la IA en el periodismo.
3. Evaluar cómo el uso de la Inteligencia Artificial en el periodismo puede afectar la calidad de la información.

Marco Referencial

Para construir un sólido marco teórico que respalde este trabajo de investigación, se ha llevado a cabo una exhaustiva búsqueda de varios autores cuyas contribuciones se reflejarán de manera significativa en el desarrollo de este ejercicio y en cada una de las categorías que se exploran tales como el periodismo, la Inteligencia Artificial, la desinformación y el ámbito laboral. El conocimiento y las perspectivas aportadas por estos autores enriquecieron la investigación y proporcionaron una base sólida para un análisis en profundo.

Periodismo

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

El periodismo se define como una actividad que busca informar de manera veraz, que se dedica a recopilar, verificar, procesar y presentar información contextualizada y ética sobre los acontecimientos que ocurren en la sociedad. Sin embargo, en la reseña hecha por Catalina Sánchez sobre el libro *Los cinco sentidos del periodista* de Kapuscinski plantea una visión crítica de cómo este ideal se ha ido transformando en el periodismo moderno, que se ha convertido en un negocio dominado por intereses económicos y políticos.

Los medios ya no buscan reflejar la realidad sino mostrar su propia versión interesada de los hechos. El periodista ha dejado de ser autor de sus textos para convertirse en un mero transmisor de la información que conviene a los grupos de poder (como citó Sánchez, 2003). Esto ha llevado a una pérdida de la ética periodística, donde prima la rapidez y el impacto sobre la veracidad.

En este sentido, es posible adoptar una postura crítica frente a la visión de Kapuscinski, reconociendo que efectivamente el periodismo moderno enfrenta grandes retos éticos ante el auge de los intereses económicos y políticos. Sin embargo, sería erróneo afirmar que la ética ha desaparecido por completo. Aún existen periodistas comprometidos con informar de manera justa y profesional, así como medios que buscan cumplir un rol social y no solo económico.

El reto está en recuperar el equilibrio, donde la tecnología y los intereses comerciales se pongan al servicio de la función social del periodismo, y no al revés. Esto requiere una constante reflexión ética y voluntad de los medios y periodistas por anteponer la búsqueda de la verdad al afán de lucro. Si bien el ideal ético se ha desdibujado, no está perdido, y su rescate será vital para el futuro del periodismo.

La reflexión que plantea Kapuscinski resulta relevante para esta investigación, que busca analizar cómo la inteligencia artificial está transformando el periodismo. La automatización de tareas informativas mediante algoritmos puede llevar a una mayor ventaja de la rapidez y el impacto sobre la profundidad del análisis.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

En este contexto, es clave tener presente la visión de este autor y garantizar que la tecnología se utilice al servicio de la ética periodística, y no a la inversa. La tecnología por sí sola no es garantía de una prensa libre y socialmente responsable. De igual forma, Felipe Pena de Oliveira en su libro *Teoría del Periodismo* menciona:

“La irrupción de los medios audiovisuales, que por su naturaleza atrayente logran penetrar de manera más directa y alcanzar una presencia más próxima en la gente, ha provocado de modo reflejo un impacto muy importante en el periodismo escrito, que se ha visto en la necesidad de competir en agilidad, oportunidad y recursos gráficos atractivos” (p. 62, 2009).

El avance de la tecnología ha hecho que la prensa escrita haya sido forzada a modernizarse para no perder presencia e influencia en la sociedad. Fue necesario esa transición debido a los cambios en los hábitos de consumo de noticias, la necesidad de actualización en tiempo real, la capacidad de incorporar elementos multimedia, el alcance global y por su puesto la interacción con la audiencia.

“La base de esta forma de pensar es la certeza de que el periodismo es una actividad sustentada en la responsabilidad de quien la ejerce y que para ser responsable el periodista necesita trabajar con libertad. Esta posición cree ver en el manejo empresarial de la comunicación una forma de manipular y servir intereses ajenos a los fines propios del periodismo” (Pena de Oliveira, p. 79, 2009).

En efecto, la libertad es esencial para que el periodismo cumpla su función con responsabilidad. Los periodistas deben poder trabajar sin presiones para informarle honestamente al público, pero, algunos temen que cuando los medios son controlados por empresas, la agenda periodística se manipula para servir a intereses económicos, en lugar del bien común. La clave está en encontrar el equilibrio, donde los medios sean serios pero que a su vez los periodistas conserven su independencia para buscar la verdad. Así el periodismo podrá ejercerse con autonomía y cumplir su misión de manera

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

ética y responsable ante la sociedad, pero esta relación entre el periodismo y el público puede ser contradictoria.

“Lo paradójico es que, mientras para el público el periodismo es cátedra, en realidad la tarea periodística apenas sirve de guía, proporciona elementos, facilita su examen y puede convertirse en un gran divulgador de doctrinas, pero no crea las ideas, ni organiza los sistemas” (Pena de Oliveira, p. 88, 2009).

La gente suele ver el periodismo como una fuente de conocimiento y guía autorizada. Pero en realidad, el rol del periodismo no se trata de establecer creencias rígidas ni de estructurar complejas teorías de pensamiento. Su función principal es proporcionar recursos y hacer más accesible la exploración de ideas y datos. El periodismo informa y expone, más que adoctrinar u ofrecer soluciones prefabricadas.

En conclusión, se subraya la complejidad del campo del periodismo en constante evolución. Si bien enfrenta desafíos éticos y comerciales, el periodismo conserva su importancia fundamental en la sociedad. El avance tecnológico, con su capacidad de llegar a audiencias globales y su influencia en la interacción con el público, representa tanto una oportunidad como una amenaza para el periodismo.

Inteligencia Artificial

La inteligencia artificial se trata de máquinas que pueden realizar tareas por sí mismas, es como darles a las máquinas habilidades del pensamiento de las personas sin que ellas tengan que estar constantemente vigilando lo que hacen, así como lo define Hada Sánchez “se trata de la imitación de las capacidades de aprendizaje y creatividad del ser humano por parte de las máquinas” (p. 13, 2022).

La idea fundamental es que estas máquinas puedan procesar información, adaptarse a situaciones cambiantes y resolver problemas de manera similar a como lo haría una persona, pero frecuentemente a una velocidad impresionante. Esto tiene un

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

impacto significativo en una variedad de campos como en la producción de contenido periodístico.

“La inteligencia artificial tiene su aplicación en el periodismo y ha abierto la posibilidad a un nuevo mercado en la forma de producción y distribución de las noticias, en las rutinas profesionales y en la innovación de nuevos modelos de negocio” (Sánchez, p. 13, 2022).

La idea es utilizar la inteligencia artificial para proporcionar información más precisa y relevante a la audiencia, lo que puede mejorar la experiencia de los usuarios al consumir noticias y contenidos de los medios de comunicación.

La capacidad de esta tecnología para analizar grandes cantidades de datos de manera eficiente y rápida ha permitido a los periodistas acceder a información relevante de una manera más ágil. Además, esas rutinas profesionales de los periodistas han podido evolucionar, ya que la IA se utiliza para automatizar tareas repetitivas, como la generación de informes de datos o la transcripción de entrevistas. Así mismo Jorge Franganillo indica:

“En el terreno periodístico, hace tiempo que se utilizan modelos lingüísticos para convertir datos en noticias narradas, de forma prácticamente autónoma, casi sin intervención humana. La producción automatizada de noticias, que comenzó como un experimento a pequeña escala, se está convirtiendo en un fenómeno global” (p. 4, 2023).

A medida que las noticias generadas por máquinas se vuelven más comunes en el periodismo, surgen inquietudes sobre la calidad y la confiabilidad de estas noticias. Si bien la automatización puede hacer que la producción de noticias sea más rápida, también plantea cuestiones importantes sobre la veracidad y la ética.

“La escritura asistida es un gran recurso para agilizar la producción de textos y mejorar la calidad de la expresión, pero también entraña riesgos y puede acarrear consecuencias negativas.” (Franganillo, p. 12, 2023).

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Estos riesgos se pueden prever con la supervisión humana para garantizar que las noticias sean precisas, imparciales y relevantes. El periodismo se encuentra en un momento crucial donde debe equilibrar la eficiencia tecnológica con la responsabilidad profesional de entregar noticias de alta calidad.

“En el ámbito periodístico, la IA generativa provoca incertidumbre, sobre todo en estos tiempos en los que la desinformación se ha apoderado de los medios y las redes sociales” (Franganillo, p. 12, 2023).

Los periodistas y medios de comunicación se enfrentan al desafío de garantizar que la información generada por la IA sea precisa y confiable. En un entorno donde la inteligencia artificial puede contribuir a la generación y propagación de información, es esencial tomar medidas para evitar la desinformación y garantizar la integridad de la información, por esto, la relación entre la IA y el periodismo se torna fundamental para mantener la integridad de la profesión periodística y asegurar que las noticias sean una fuente confiable de información para la sociedad.

En resumen, la inteligencia artificial ha revolucionado el periodismo al permitir la automatización de tareas y la generación de contenido de manera eficaz. A pesar de sus ventajas, la propagación de información generada por IA ha generado preocupaciones sobre la calidad de las noticias. La supervisión humana y la alfabetización mediática desempeñan un papel fundamental en este contexto para mantener la confianza en las fuentes de noticias y abordar preocupaciones sobre la propagación de noticias falsas en un entorno mediático cada vez más automatizado.

Desinformación

La desinformación se ha convertido en una problemática compleja y difícil de tratar en la era digital, con el arribo de la Inteligencia Artificial al siglo XXI y el auge que está presentando estos últimos años es de gran preocupación, las repercusiones que pueden llegar a generar estos dos fenómenos juntos si no se tiene una buena regulación y control

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

de ambas pueden ser totalmente negativas. No obstante, diversos organismos como la UNESCO y la Unión Europea están en vías de generar estrategias basadas en respuestas coordinadas, recursos educativos, compromiso con plataformas tecnológicas y verificación para contrarrestar esta oleada de desinformación.

Teniendo claro el riesgo que se toma al asumir algunos contenidos dudosos como veraces, la investigadora Eva María Ferras en su artículo *Más allá del fact-checking organizaciones contra la desinformación. Identificación y análisis de proyectos internacionales*, Noain Sánchez define la desinformación como:

“la denominación más rigurosa a la hora de enmarcar el fenómeno completo, dado que engloba dos conceptos clave: intención de causar daño por parte de la fuente emisora del contenido falso y ausencia de autenticidad en cuanto al contenido” (Sánchez, 2022, como se citó en Ferras, p. 42).

Esta definición resalta que el término desinformación es el más preciso para enmarcar este fenómeno complejo. Noain Sánchez argumenta que la desinformación engloba dos elementos clave: la intención de causar daño por parte de quien emite el contenido falso y la ausencia de autenticidad en dicho contenido.

Por tanto, la desinformación implica una fabricación intencional de contenidos falsos con un propósito dañino. No se trata sólo de información errónea o imprecisa, sino que tiene un componente de intencionalidad por parte de la fuente. Además, la desinformación carece de autenticidad, se basa en hechos inventados o manipulados, no en información real. Esta conceptualización ayuda a diferenciar la desinformación de otros fenómenos como los errores periodísticos involuntarios, la sátira o la parodia.

De igual forma, la autora utiliza la conceptualización de desinformación de Salaverría que definen como “todos aquellos contenidos falsos que alcanzan difusión pública, fabricados intencionadamente por múltiples motivos, que pueden ir desde la simple broma o parodia, hasta la controversia ideológica, pasando por el fraude económico” (como citó Ferras, p. 42, 2022).

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

La definición de Salaverría enfatiza que los bulos o desinformaciones son fabricados de manera deliberada con diversos propósitos. Pueden ir desde una broma simple hasta controversias ideológicas o fraudes económicos. Es decir, abarcan una amplia gama de motivaciones para generar y propagar información falsa. Pero en todos los casos implican crear contenidos engañosos de forma premeditada y difundirlos públicamente a través de medios sociales o canales comunicativos. Esta conceptualización ayuda a comprender los diferentes tipos de desinformación y las motivaciones detrás de su producción.

Por otro lado, en un artículo titulado *Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital* de Nancy Montemayor Rodríguez y Antonio García Jiménez, definen la desinformación como "la existencia de información incorrecta, imprecisa, cuando no completamente falsa circulando por la esfera pública, es algo que pocas personas o entidades ponen hoy en duda" (p. 602, 2021).

Las redes sociales se han consolidado como uno de los principales canales de difusión de contenidos falsos o engañosos. De hecho, "achacar la desinformación exclusivamente a las redes sociales (...) es un gran error de base", afirman Nancy y Antonio (p. 609, 2021).

De este modo es posible decir que la desinformación en el entorno digital plantea nuevos desafíos al ejercicio del periodismo, en especial por el papel de las redes sociales como canal de difusión de contenidos falsos o manipulados. Por ello, es importante estudiar la visión de los propios profesionales de la información sobre este fenómeno, no obstante, se resalta que la desinformación no solo afecta a ámbitos privados, sino que tiene un impacto en el debate público y la opinión de la ciudadanía sobre temas de relevancia.

Si bien es importante comprender desde la mirada de un experto en periodismo qué consecuencias podría traer la desinformación al campo hoy en día, también es de suma

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

importancia la responsabilidad que tienen las instituciones políticas y actores sociales en la distorsión interesada de los hechos. Un análisis más integral requeriría exponer las estrategias de desinformación que tienen algunas entidades por motivaciones ideológicas o económicas.

Al afirmar que puede llegar a existir una motivación tanto ideológica como económica para la propagación de la misma desinformación, entran en juego aspectos y modelos de negocio como el clickbait y el sensacionalismo para generar tráfico web, además del mismo funcionamiento que tienen las redes sociales y su diseño para maximizar la viralización sin una corroboración previa en casos de noticias u información relevante que puede tener una repercusión de gran magnitud en la audiencia.

A modo de conclusión, en una era donde la información se difunde rápidamente y la inteligencia artificial se emplea en la generación de contenidos, la amenaza de la desinformación se vuelve aún más relevante, por ende, esta puede ser perjudicial tanto para la integridad del periodismo como para el público en general. En última instancia, combatir la desinformación es esencial para preservar la confiabilidad de las fuentes de noticias y asegurar que la información siga siendo un recurso valioso y confiable en la sociedad actual.

Ámbito laboral

Si bien el auge de la inteligencia artificial puede llegar a facilitar algunas tareas en el campo del periodismo al igual que agilizar algunos aspectos que podría llegar a tratarse como repetitivos de cara al ámbito laboral, surge una gran preocupación de qué le puede deparar al campo del periodismo en manos de una IA y cuál sería el rol que cumpliría el periodista tradicional frente a nuevas propuestas que puedan ser implementadas con esta nueva tecnología.

No obstante, en el artículo titulado *Inteligencia artificial en periodismo: oportunidades, riesgos, incógnitas* por Pablo Sanguinetti investigador centrado en la

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

intersección entre tecnología y humanidades, ofrece una mirada crítica y realista de cuál podría ser el impacto laboral que tendría esta nueva era:

"La IA impactará no solo en el modo de hacer periodismo, sino también en las redacciones y el empleo. Al igual que los demás, este problema presenta un mar de preguntas abiertas y una certeza: las cosas van a cambiar." (p. 14, 2023).

La IA en los medios plantea más preguntas que certezas sobre su efecto en las redacciones y el trabajo periodístico. Si bien podría reemplazar roles dedicados a tareas repetitivas, también parece abrir paso a nuevos perfiles que combinen habilidades humanas y el potencial de la IA, si bien pueden surgir roles innovadores, la automatización sin duda amenaza numerosos puestos actuales, especialmente los más repetitivos y mecánicos lo cual puede conllevar a que los empleos creados y a la vez destruidos por la IA no sea positivo para la profesión.

"En general, perfiles híbridos que actúen como puente entre humano y máquina para sacar lo mejor de ambos componentes de la ecuación. Redacciones de medios como Washington Post, Financial Times y Bloomberg vienen incorporando perfiles nuevos para roles hasta ahora inexistentes, como "editor automatizado" o "periodista en IA". (Sanguinett, p. 15, 2023).

Esta esperada combinación de roles entre periodistas y algoritmos puede llegar a ser en algunos casos desigual. Las máquinas no son compañeros si no herramientas diseñadas en algunos casos por corporaciones con intereses propios como lo menciona Martín Bustamante:

"el periodismo no escapa al proceso de automatización laboral global como consecuencia del desarrollo de la inteligencia artificial, la robótica y las nuevas tecnologías de la comunicación, pero sostienen que las tareas que requieren de habilidades cognitivas son más difíciles de encuadrar en

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

acciones estandarizadas y reproducibles por una máquina” (p. 89-90, 2020).

Aunque el periodismo enfrenta la automatización, la toma de decisiones éticas y la narración creativa, son difíciles de reemplazar por máquinas. A medida que esta se integra en la profesión periodística, se espera que las tareas rutinarias y repetitivas se vuelvan más eficientes, permitiendo a los periodistas centrarse en aspectos más creativos y analíticos de su trabajo.

La inteligencia artificial puede ser una herramienta útil, sin embargo, la combinación de tecnología y experiencia humana sigue siendo esencial para producir contenido periodístico de alta calidad y relevante:

“Si los programas informáticos se encargan de redactar para responder a las necesidades del robot de Google, los trabajadores de prensa pueden liberarse de esa tarea y concentrarse en producir solo para informar a sus audiencias” (Bustamante, p. 95, 2020).

Esto significa que, si la IA asume la tarea de crear contenido, los profesionales de los medios de comunicación pueden enfocarse en generar contenido de alta calidad y relevancia con el propósito de informar a sus audiencias para que no haya preocupación por la desinformación y la pérdida de empleos, ya que esta puede ser usada como herramienta que aporte eficiencia en recopilación y análisis de datos lo que puede generar que se automatice las tareas repetitivas de los periodistas.

Todo, como se mencionó previamente, da a entender que la implementación de la IA podría llevar, hasta cierto punto, a una tecnificación del periodismo. Es allí donde surge el debate sobre cómo implementar estos avances tecnológicos, poniendo a las personas y el interés público en el centro, dejando a un lado el beneficio empresarial. De lo contrario, el campo periodístico perderá su esencia humana.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Metodología

Por tratarse de una profesión fundamental para la democracia, el análisis que aquí se propone tiene que ver con un ejercicio que permita esclarecer las distintas miradas sobre la inteligencia artificial. A continuación, se indican los pasos metodológicos que permitieron la construcción de esta propuesta investigativa:

- 1. Entrevista periodística:** Se aplicó la entrevista semiestructurada que “se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”. (Hernández, p. 403, 2014) Es decir, permite también generar vínculos, abordar problemáticas complejas y tener un amplio número de ideas. Asimismo, posibilita una comprensión más profunda de los entrevistados al capturar detalles y matices que podrían pasarse por alto en una conversación totalmente estructurada.

Según Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro *Manual de Periodismo* (1986), la entrevista es un género periodístico fundamental. Se caracteriza por ser una conversación planificada entre el periodista y una o varias personas, con el objetivo de obtener información relevante, opiniones o testimonios que sean de interés para el público. Las entrevistas permiten abordar temas complejos de manera accesible, proporcionando una voz humana y personal a las historias.

En el ámbito del periodismo, la entrevista se establece como una herramienta fundamental para la obtención de información y la construcción de narrativas ricas y complejas. Este método no solo permite acceder a datos concretos, sino que también abre la puerta a una comprensión más profunda de las emociones, percepciones y contextos que rodean a los acontecimientos.

La entrevista es uno más de los instrumentos cuyo propósito es recabar datos, pero debido a su flexibilidad permite obtener información más profunda, detallada, que incluso el entrevistado y entrevistador no tenían identificada, ya que

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

se adapta al contexto y a las características del entrevistado. (Díaz, L, Torruco. U, Martínez M.y Varela, M; 2013)

La definición de estas autoras permite ver que, a diferencia de otros métodos más rígidos, la entrevista se distingue por su capacidad de adaptación al contexto y a las características individuales del entrevistado. Por esto, la capacidad de la entrevista para ajustarse dinámicamente a la conversación y extraer matices específicos la convierte en una herramienta invaluable para obtener datos que van más allá de lo superficial, revelando percepciones y detalles cruciales para el análisis cualitativo.

Para recolectar la información, se llevaron a cabo entrevistas con un periodista de medios, un profesor investigador y dos directores de programa especializados en comunicación y periodismo. Con el fin de garantizar que las entrevistas abordaran los objetivos específicos de esta investigación, se diseñó un cuestionario dividido en preguntas segmentadas con base en los conocimientos de cada uno, de tal manera que cada cuestionario fue adelantado de manera individual.

Este cuestionario estaba compuesto por secciones que cubrían temas como el impacto de la inteligencia artificial en la calidad del análisis periodístico, el futuro del periodismo, los retos y beneficios asociados con su uso, y estrategias para mitigar la desinformación. De manera que, se puso especial atención a las percepciones sobre cómo la IA puede enriquecer o deteriorar la profundidad del periodismo, así como las recomendaciones para manejar los riesgos éticos asociados con la automatización en este campo.

Este tipo de entrevista se destaca por su capacidad de generar un diálogo abierto y enriquecedor, una “conversación amistosa entre informante y entrevistador, convirtiéndose este último en un oidor, alguien que escucha con atención, no impone ni interpretaciones ni respuestas, guiando el curso de la

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

entrevista hacia los temas que a él le interesan” (Díaz, p. 164, 2013). Este estilo de entrevista, busca establecer una conexión genuina entre el entrevistador y el entrevistado, como si fueran dos personas conversando de manera informal y amistosa. El entrevistador asume el papel de un oyente comprensivo, interesado en comprender la perspectiva del entrevistado sin imponer sus propias ideas. Con los entrevistados para esta investigación, se creó un espacio donde las partes pudieran compartir sus pensamientos y experiencias de manera abierta y sin presiones.

2. **Organización del material recaudado:** Una vez acordadas las entrevistas con los expertos, se acudió al lugar indicado para tales fines. El siguiente paso fue desgravar el material a fin de tenerlo disponible en texto para luego categorizarlo por respuestas. Posteriormente el material ya desgravado convertido en texto fue usado como pieza fundamental para la redacción del reportaje periodístico.
3. **Criterios de selección de los entrevistados:** La metodología de este proyecto, se basó en la experiencia y el conocimiento de profesionales que han estado inmersos en el mundo cambiante de las inteligencias artificiales y el periodismo.

Se seleccionó cuidadosamente a expertos que lideran equipos editoriales en medios de comunicación de renombre en el país, cuya trayectoria y sabiduría ofrecieron una comprensión profunda de cómo la inteligencia artificial está moldeando el panorama periodístico actual. También se contó con el testimonio de educadores en programas de Comunicación Social y Periodismo, cuyo compromiso con la formación de las generaciones futuras de periodistas garantizó una perspectiva amplia, profunda y contextualizada para abordar la transformación que la IA está generando en el ámbito del periodismo, en cómo está remodelando el panorama laboral periodístico y su impacto en la desinformación.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Diseño metodológico

El presente ejercicio está bajo el enfoque histórico- hermenéutico, definido por Alexander Ortiz Ocana en su libro *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales* como un enfoque que “abarca un conjunto de corrientes y tendencias humanístico-interpretativas, cuyo interés se centra en el estudio de los símbolos, interpretaciones, sentidos y significados de las acciones humanas y de la vida social, utilizando para ello fundamentalmente métodos basados en la etnografía”. (Ortiz, p. 17, 2015). El enfoque histórico hermenéutico le permitió a esta investigación determinar e identificar las opiniones, estrategias y recomendaciones propuestas por los expertos para minimizar los riesgos de la desinformación y maximizar las ventajas de la IA en el ámbito periodístico.

Del mismo modo, esta investigación acude a un enfoque descriptivo de la problemática abordada, que más allá de proponer soluciones o incluso un cambio de paradigma en el uso de la tecnología, sugiere una serie de reflexiones, que, a su vez, emergen como un reto para el oficio periodístico durante los próximos años, que sin duda comprometen aspectos como la ética, el contraste de fuentes, la desinformación y la verificación de hechos. En relación con esto, “muy frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno “(Hernández, p. 14, s.f). De modo que, este enfoque proporcionó el contexto necesario para realizar una interpretación significativa y profunda.

De esta manera, esta apuesta metodológica permitió evaluar cómo los profesionales de medios consultados entienden la IA como un factor determinante del periodismo, que más allá de buscar explicaciones definitivas, tiene como propósito comprender los significados que directamente se le están atribuyendo a este fenómeno. Es decir, más allá de intentar establecer verdades absolutas sobre el impacto de la IA en el periodismo, la metodología adoptada se enfocó en captar las diversas interpretaciones y valoraciones que los periodistas y otros actores del ámbito mediático tienen sobre la

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

IA. Esto incluyó explorar cómo ven su influencia en la práctica periodística, en la desinformación, en la toma de decisiones editoriales y en la ética profesional.

Por lo tanto, esta metodología no solo ofreció una evaluación de las capacidades técnicas de la IA, sino que también abrió un espacio para reflexionar sobre cómo esta tecnología está siendo integrada y resignificada en las prácticas cotidianas de los medios de comunicación.

Este proyecto empleó una metodología de corte cualitativo, que Roberto Hernández Sampieri describe así. "la aproximación cualitativa evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación de la realidad" (como citó Hernández, p. 9, 2014). Métodos con esta característica permiten identificar cómo la IA está transformando el futuro del periodismo desde el punto de vista de sus propios actores. Sus testimonios ofrecieron un entendimiento del efecto real de la IA en el campo.

La flexibilidad del enfoque cualitativo permitió que durante el trabajo de campo surgieran nuevas preguntas e interrogantes a explorar. De esta manera se pudo adaptar la investigación para profundizar en áreas de interés que emergieron de las perspectivas de los participantes. Por otro lado, el interés en identificar y determinar las opiniones de periodistas y profesores investigadores encajaron en la intención cualitativa de comprender múltiples realidades subjetivas.

Al enfatizar en la comprensión, el análisis y la generación de nuevo conocimiento desde las perspectivas y experiencias de los periodistas consultados en la situación a estudiar, el método cualitativo es el que resultó más eficiente para utilizar en esta investigación.

El método cualitativo proporcionó la flexibilidad necesaria para adaptarse a las dinámicas y contextos cambiantes del campo periodístico, permitiendo así una exploración detallada y contextualizada de los fenómenos en estudio. Además, al centrarse en la comprensión de las experiencias y significados subyacentes, este

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

enfoque permitió capturar la complejidad y la diversidad de las realidades individuales y organizativas dentro del ámbito del periodismo.

Esto se debió a varios factores clave, el tema requería un enfoque que permitiera una comprensión profunda de las experiencias, percepciones y perspectivas de los actores involucrados en la transformación del periodismo debido a la inteligencia artificial.

En este sentido, como plantea Gladys Patricia Guevara Alban; Alexis Eduardo Verdesoto Arguello y Nelly Esther Castro Molina, "el investigador puede elegir entre ser un observador completo, observar como participante, un participante observador o un participante completo" (Guevara A.; Verdesoto A. y Castro M, p. 167, 2020). Esta variedad de roles del investigador permite una flexibilidad metodológica que se adapta a las necesidades específicas de cada estudio y contexto investigado.

Diseño de plan de producción

1. Objetivo del producto

El objetivo del reportaje es crear conciencia y generar un debate informado sobre el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo, explorando sus dos caras: las oportunidades que brinda para mejorar procesos y la amenaza que representa para la ética y la credibilidad informativa. El propósito es ofrecer una perspectiva que permita al público, especialmente estudiantes, profesionales del periodismo y educadores, reflexionar sobre cómo adaptarse a la IA sin comprometer los valores fundamentales del oficio.

2. Tipo de producto y justificación

Producto	periodístico	escrito:	Reportaje
----------	--------------	----------	-----------

Se eligió el reportaje como formato porque permite abordar de manera profunda y narrativa la complejidad del tema, presentando múltiples perspectivas y testimonios. Este

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

formato combina análisis crítico con historias humanas, lo cual facilita conectar emocionalmente con el público objetivo mientras se exponen argumentos sólidos basados en datos y experiencias.

3. Sinopsis

El reportaje explora las implicaciones de la inteligencia artificial en el periodismo, destacando tanto sus beneficios como sus riesgos. A través de entrevistas con periodistas, académicos y directores de programas educativos, se evidencian las transformaciones que la IA ha traído al oficio, desde la automatización de tareas hasta la amenaza de desinformación. El relato se construye mostrando casos concretos, análisis de expertos y propuestas de estrategias para integrar estas tecnologías de manera ética y efectiva.

4. Componentes de la producción

Estructura narrativa: El reportaje sigue un enfoque lineal con divisiones temáticas que permiten una lectura fluida. Cada sección combina citas de expertos y narrativas que humanizan el impacto de la IA en la vida profesional.

Fuentes utilizadas:

Documentales y artículos académicos sobre IA y periodismo.

Entrevistas con

- Periodistas que trabajan en salas de redacción adaptadas a IA.
- Académicos especializados en ética y tecnología aplicada al periodismo.
- Directores de programas educativos en comunicación social.
- Estudios de caso de medios que ya implementan IA en sus procesos.

Elementos narrativos y visuales:

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Estilo: Uso de un tono reflexivo y humanizado para conectar con las audiencias.

Personajes: Periodistas y académicos del campo.

En caso de difusión por medios multimedia, se plantearon entrevistas grabadas con énfasis en la claridad de voces y ambientaciones sonoras que refuercen la narrativa.

Conclusión de la estructura:

El diseño prioriza una narración accesible y equilibrada, con argumentos respaldados por experiencias y datos. Este enfoque busca no solo informar, sino también inspirar un cambio de mentalidad hacia un uso responsable de la IA en el periodismo.

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Referencias

- Bravo, L., García, U., Martínez, M., Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Scielo.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Burgaya, J. (2023, mayo 4). *Crónica Global*.
https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/20230504/periodismo-inteligencia-artificial/761303866_13.html
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167.
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Durán, M. (2012). El estudio de caso en la investigación cualitativa. *Revista Nacional de Administración*, 3 (1), 121-134.
<file:///C:/Users/PC/Downloads/adminrevistas,+Revista+administracion++09.pdf>
- Ferreras, E. (2022). Más allá del fact-checking: organizaciones contra la desinformación. Identificación y análisis de proyectos internacionales. *Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*. (24), 41- 54.
<file:///C:/Users/PC/Downloads/394512-Texto%20del%20art%C3%ADculo-583065-1-10-20220527.pdf>
- Flores, J. (2019). *Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots*. *Doxa Comunicación* (29), 197-212. <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/10743>
- Franguillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *Revista de Ciencias Sociales*. 11 (2), 1-17.
<file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-LaInteligenciaArtificialGenerativaYSuImpactoEnLaCr-9132067.pdf>

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

- García, A. (2021). Percepción de los periodistas sobre la desinformación y las rutinas profesionales en la era digital. *Revista General de Información y Documentación*. 31 (2), 601- 619. https://www.researchgate.net/profile/Antonio-Garcia-Jimenez/publication/357227305_Percepcion_de_los_periodistas_sobre_la_desinformacion_y_las_rutinas_profesionales_en_la_era_digital/links/61dec632034dda1b9ef184b1/Percepcion-de-los-periodistas-sobre-la-desinformacion-y-las-rutinas-profesionales-en-la-era-digital.pdf
- Guevara, P., Verdesoto, A., Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción), 4(3), 163-173. <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>
- Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. (4.^a ed.). McGRAW-HILL /INTERAMERICANA EDITORES, SA DE C.V. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.^a ed.). McGRAW-HILL /INTERAMERICANA EDITORES, SA DE C.V. <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>
- Hernández, S., Roberto, F., Carlos, B. (1997). Capítulo 2, Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio [Archivo PDF]. <file:///C:/Users/PC/Desktop/SEPTIMO%20SEMESTRE/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION/PDFS%20DEL%20PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION/Compendio-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7028909>

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

- Leñero, V., Marín, C. (1986). Manual de Periodismo [Archivo PDF]. <https://israelleon.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/12855838-manual-de-periodismo-vicente-lenero-y-carlos-marin.pdf>
- López, R. (2018). *El futuro de la IA: hacia inteligencias artificiales realmente inteligentes*. BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-futuro-de-la-ia-hacia-inteligencias-artificiales-realmente-inteligentes/>
- Lotero, G., Romero, L., y Pérez, M. (2018). *Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación*. Index.comunicación, 8(2), 295-316. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/observatoriolatinoamericano/articulo/view/5440/5710>
- Newman, N. (2023). *Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2023*. Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2023#header--1>
- Ortiz, A. (2015). Capítulo 1. Enfoques y metodologías de Investigación. *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales*. (pp. 13- 27). Ediciones de la U. https://www.researchgate.net/profile/Alexander-Ortiz-Ocana/publication/315842152_Enfoques_y_metodos_de_investigacion_en_las_ciencias_humanas_y_sociales/links/646397f902c5097541bf35b9/Enfoques-y-metodos-de-investigacion-en-las-ciencias-humanas-y-sociales.pdf?origin=publication_detail
- Pardo, A., Cañón, Z. y Téllez, J. (2020). *Efectos de la Inteligencia Artificial en las Empresas* [Proyecto de grado, Fundación Universitaria del Área de Bogotá]. Archivo digital. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3959/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

- Pena, F. (2009). Conceptos e historias. *Teoría del periodismo*. (pp. 61-90). Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.v. México.
- Salazar, I. (2018). *Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo*. Doxa Comunicación (27), 295-315.
<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/821/1466>
- Sánchez, C. (2006). *Los cinco sentidos del periodismo*. Revista Comunicación y Hombre (2). <https://comunicacionyhombre.com/article/los-cinco-sentidos-del-periodista/#:~:text=El%20periodismo%20es%20una%20profesi%C3%B3n,forma%20de%20la%20opini%C3%B3n%20p%C3%BAblica>
- Sánchez, H. (2022). Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores. *Revista Internacional de Comunicación*. (56), 9-20.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/132569/20732-Texto%20del%20art%C3%ADculo-82605-1-10-20220413.pdf?sequence=1>
- Sánchez, K. (2023, abril 27). *Voz de América*.
<https://www.vozdeamerica.com/a/inteligencia-artificial-riesgos-beneficios--periodismo/7067612.html>
- Sanguinetti, P (2018). Inteligencia artificial en periodismo: oportunidades, riesgos, incógnitas. *Cuaderno de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 46, 9-17. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/archivo/>
- Sanguinetti, P. (2023). Inteligencia artificial en periodismo: oportunidades, riesgos, incógnitas. *Cuadernos de Periodistas*. (46), 9- 17.
<https://www.cuadernosdeperiodistas.com/inteligencia-artificial-en-periodismo-oportunidades-riesgos-incognitas/>
- SAS. (s.f.). Inteligencia Artificial ¿qué es y por qué importa?
https://www.sas.com/es_cl/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

- Suarez, J. (2018). *Los beneficios de la inteligencia artificial en el sector empresarial* [Proyecto de grado, Universidad Santo Tomas de Bogotá]. Archivo digital. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12948/2018juliosuarez.pdf?sequence=1>
- Tomeo, C. (2021). *Periodismo es ciencia y también utopía*. *Razón y palabra*, 24 (110), 318-334. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1725/1528>
- Tuñez, M., Toural-Bran, C. y Valdiviezo-Abad, C. (2019). *Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial*. *Revista Latina de Comunicación Social* (74), 1411-1433. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/222>
- Ufarte, M., Calvo, L., y Murcia, F. (2021). *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/2926/1/Los%20desaf%3%ados%20%c3%a9ticos%20del%20periodismo%20en%20la%20era%20de%20la%20inteligencia%20artificial.pdf
- Universidad de las Américas Puebla. (s.f.). *Capítulo IV, Metodología*. (pp. 56). http://caterina.udlap.mx/udla/tales/documentos/lco/canales_r_m/capitulo4.pdf

EL ROSTRO FUTURO DEL PERIODISMO

Anexos

ENTREVISTAS:

Entrevista 1: <https://youtu.be/4tDBWPLPLHA>

Entrevista 2: <https://youtu.be/hxK-isCxguw>

Entrevista 3: <https://youtu.be/3VvraVk4VWY>

Entrevista 4: <https://youtu.be/LhywH0k3PCY>