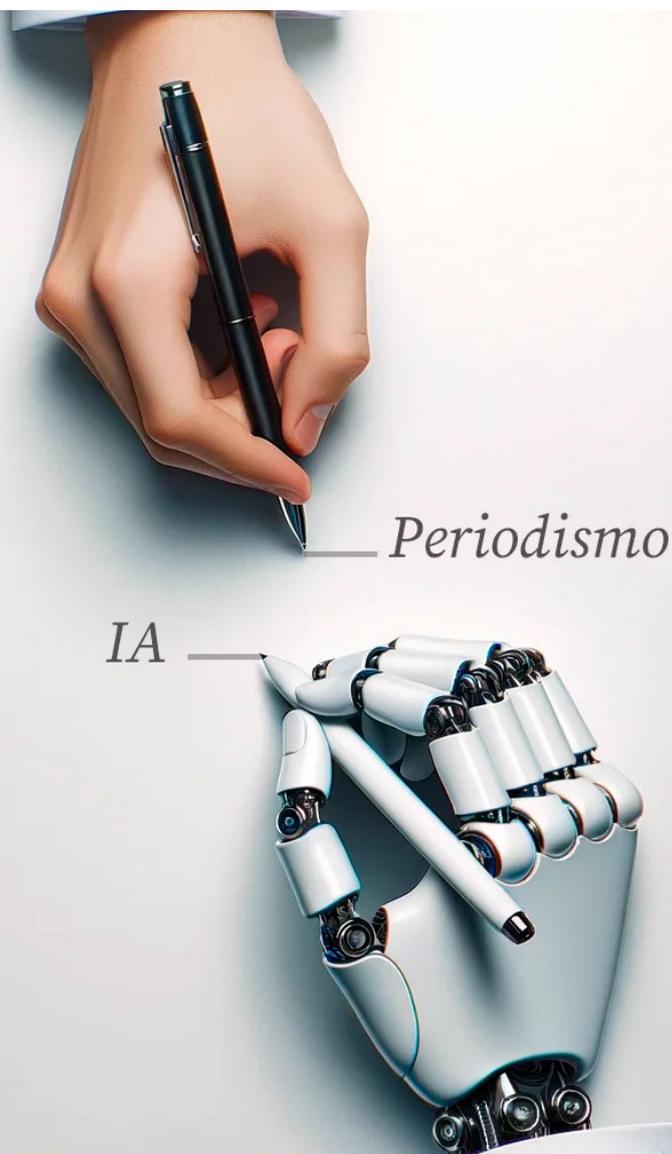




# INTRODUCCIÓN AL USO DE LA IA EN PERIODISMO

GUÍA DE REFERENCIAS Y MODOS DE USO



## Créditos

Consell de l'Audiovisual  
de la Comunitat Valenciana  
Cátedra de Análisis y Prospectiva  
del Audiovisual (CAPA)  
Universitat de València  
Universitat Jaume I de Castelló

## Autoría

Lorena Cano-Orón  
(Universitat de València)  
Amparo López-Meri  
(Universitat Jaume I de Castelló)

## Edición

Febrero 2024

## Supervisión

Guillermo López García  
(Universitat de València)  
Javier Marzal Felici  
(Universitat Jaume I de Castelló)

**ISBN PDF:** 978-84-9133-696-9

**DOI:** [http://doi.org/10.7203/  
PUV-OA-696-9](http://doi.org/10.7203/PUV-OA-696-9)



Esta obra está bajo una Licencia  
Creative Commons Reconocimiento-  
NoComercial-SinObraDerivada 4.0  
Internacional

Cómo citar:

Cano-Orón, L. y López-Meri, A. (2024).  
*Introducción al uso de la IA en periodismo.*  
*Guía de referencias y modos de uso.*  
Universitat de València

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>TENDENCIAS SOBRE EL USO ACTUAL DE LA IA EN LAS REDACCIONES</b> .....	<b>8</b>
1. Concepto de Inteligencia Artificial.....	9
2. Origen y evolución de la IA en el periodismo.....	11
3. Ámbitos de aplicación de la IA en periodismo .....	13
3.1. Redacción automatizada de noticias.....	14
3.2. Verificación automatizada de información.....	29
3.3. Conocer a la audiencia, detectar tendencias y personalizar.....	34
3.4. Otras aplicaciones: programas sintéticos.....	35
4. Nuevos perfiles profesionales vinculados a la IA.....	38
<b>GUÍA DE APLICACIONES DE IA EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS</b> .....	<b>39</b>
<b>PREPRODUCCIÓN Y DOCUMENTACIÓN</b> .....	<b>41</b>
1. Transcripciones y traducciones automáticas.....	41
Tutorial - Transcripción de voz a texto.....	42
2. Detección de tendencias y descubrimiento de noticias.....	47
3. Verificación de fuentes y noticias.....	51
Tutorial - Verificación de información.....	53
4. Búsqueda de información.....	63
5. Etiquetado automático de información (documentación / archivo).....	65
<b>PRODUCCIÓN</b> .....	<b>66</b>
1. Generación de texto.....	66
Tutorial - Escribir prompts efectivos para ChatGPT.....	68
Tutorial - Generar texto: titulares, resúmenes, contenido para redes sociales.....	71
2. Corrección y edición de textos.....	74
Tutorial - Cómo imitar (tu) estilo de escritura.....	78
3. Generación de audio (de texto a voz).....	80
4. Generación de contenido audiovisual.....	81
5. Análisis de Datos.....	85
Tutorial - Análisis de datos con ChatGPT.....	88
<b>DISTRIBUCIÓN</b> .....	<b>97</b>

<b>UTILIZAR LA IA DESDE LA ÉTICA: DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES DE USO .....</b>	<b>98</b>
Principios éticos.....	100
Regulación.....	102
Conclusión.....	104
<b>RECURSOS ADICIONALES.....</b>	<b>105</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>108</b>

# INTRODUCCIÓN

La Inteligencia Artificial (en adelante, IA) puede ser una aliada, pues posee un gran potencial para mejorar las capacidades periodísticas. Esto incluye el aumento de la productividad, ya que ahorra tiempo en muchos procesos de creación de noticias, y también de la calidad, porque sirve para fortalecer el resultado final del contenido. Esto complementa las habilidades de redacción de periodistas y profesionales de la comunicación.

Desde la academia, se han utilizado varias etiquetas, con sus respectivos matices, para definir el periodismo asistido por el uso de tecnología avanzada, como periodismo computacional, periodismo robot, periodismo automatizado, exoperiodismo o periodismo algorítmico. No obstante, no tiene las mismas implicaciones utilizar la IA para transcribir entrevistas que para generar la noticia completa. Existen muchos grados de automatización y es necesario conocerlos y saber dónde está el límite ético.

En este sentido, como dicen muchos medios<sup>1</sup>, todo lo que se genera con IA tiene que estar supervisado por una persona. No deberían publicarse contenidos de forma automatizada sin estar avalados por el criterio profesional. De hecho, ya se habla de nuevos perfiles profesionales, como editor/editora de bots y editor/editora de inteligencia artificial<sup>2</sup>, o editor/editora de impacto y de plataformas<sup>3</sup>, y se recomienda la incorporación de perfiles multidisciplinares o híbridos a las redacciones, con conocimientos tanto de periodismo como de informática, o con competencias digitales.

La IA puede reconfigurar prácticas, roles y perfiles, pero cada vez parece menos probable que sea una amenaza para los puestos de trabajo. Al menos, no es una opción que barajen los responsables de medios, más preocupados por otras cuestiones, como la inexactitud de la información, el plagio o la privacidad de los datos<sup>4</sup>. Por eso, a medio plazo, es recomendable que los medios se doten de códigos éticos para el uso de IA<sup>5</sup>.

Entendemos la IA como un complemento al trabajo profesional, y desde esta perspectiva se propone esta guía, con el objetivo de sumergir a periodistas y expertos en medios en el intrigante universo de la IA, destacando tanto las posibilidades innovadoras como los desafíos éticos inherentes a su aplicación. Entendemos que la IA llega para eliminar el bloqueo creativo o la página en blanco. Puede que la solución que proponga no sea del todo adecuada, pero tal vez ese punto de partida permita avanzar más rápido en las tareas cotidianas.

La misión fundamental de este proyecto es fomentar el uso ético y efectivo de la IA, permitiendo que la tecnología se convierta en una aliada estratégica para mejorar la calidad y eficiencia del trabajo en un entorno periodístico en constante evolución. Para lograr este propósito, el manual incluye una revisión de estudios académicos que permiten conocer el escenario actual de uso, y un catálogo de herramientas de IA y cómo usarlas en las diferentes fases de producción de contenidos.

<sup>1</sup> *Towards guidelines for guidelines on the use of generative ai in newsrooms*

<sup>2</sup> (Rojas-Torrijos, J.L., y Herrera-Damas, S., 2023).

<sup>3</sup> (Sixto-García, Rodríguez-Vázquez y López-García, 2021).

<sup>4</sup> WAN-IFRA World Association of News Publishers. (Henriksson, T. 2023).

<sup>5</sup> En España ya encontramos precedentes. *El Confidencial* ha elaborado un código ético sobre la aplicación de IA. (Rojas-Torrijos, J.L., y Herrera-Damas, S., 2023).

## Estructura del manual

### **PARTE 1** **Tendencias sobre el uso actual de la IA en las redacciones**

Presenta el escenario actual de la IA en los medios de comunicación, destacando las iniciativas implementadas tanto a nivel nacional como internacional.

### **PARTE 2** **Guía de aplicaciones de IA en la producción de contenidos**

Expone una selección de aplicaciones de IA para la fase de preproducción y documentación, la producción y la distribución de contenidos. Explica qué se puede realizar con esas herramientas y sus características prácticas. Ofrece además tutoriales de uso de algunas aplicaciones.

### **PARTE 3** **Utilizar la IA desde la ética: desafíos y recomendaciones de uso**

Se abordan los desafíos éticos y se proporcionan recomendaciones esenciales para garantizar un uso responsable y ético de la IA en el periodismo.

### **PARTE 4** **Recursos adicionales**

Identifica una selección de recursos donde ampliar los conocimientos sobre IA, para seguir explorando y perfeccionando sus habilidades y dominio del sector.

Dada la velocidad a la que avanza el campo de la inteligencia artificial, esta guía se ha diseñado teniendo en cuenta la realidad a principios de 2024. Es importante tener presente que algunos de los conceptos y herramientas mencionados podrían evolucionar o cambiar posteriormente. Para mantenerse actualizado con las novedades más recientes, invitamos a los lectores a consultar la sección de Recursos Adicionales, donde encontrarán enlaces a sitios web de referencia en el ámbito de la IA.

# TENDENCIAS SOBRE EL USO ACTUAL DE LA IA EN LAS REDACCIONES

# 1.

# CONCEPTO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La Inteligencia Artificial (en adelante IA) engloba un conjunto de técnicas del ámbito de la informática que abarcan transversalmente todas las disciplinas y ámbitos sociales, con la finalidad de conseguir que los ordenadores y máquinas realicen tareas reservadas a la mente humana<sup>6</sup>.

ChatGPT ofrece esta definición:

- La IA es un campo de la informática que se centra en el desarrollo de sistemas y programas capaces de realizar tareas que, cuando son realizadas por seres humanos, requieren de inteligencia. La IA busca crear máquinas que puedan imitar la capacidad humana de razonar, aprender, resolver problemas, comprender lenguajes naturales y percibir el entorno. En esencia, se trata de dotar a las máquinas de la capacidad de tomar decisiones, aprender de la experiencia y realizar tareas de manera autónoma.
- La IA abarca diversas áreas, como el aprendizaje automático (*machine learning*), donde los algoritmos pueden mejorar su rendimiento a medida que se exponen a más datos; el procesamiento de lenguaje natural, que permite a las máquinas entender y generar lenguaje humano; y la visión por computadora, que implica que las máquinas puedan interpretar y comprender imágenes y vídeos, entre otros campos.
- Existen dos tipos principales de inteligencia artificial: la IA débil o estrecha, que se enfoca en tareas específicas y limitadas (ejemplo: SIRI), y la IA fuerte o general (IAF o IAG), que aspira a la inteligencia general comparable a la humana en todos los aspectos.

La IA ha experimentado avances significativos en las últimas décadas, debido al aumento en la capacidad computacional, la disponibilidad de grandes conjuntos de datos y el desarrollo de algoritmos más avanzados. Uno de los ámbitos que más ha crecido es el de la IA generativa (IAGen, GenAI en inglés), que se refiere a sistemas que tienen la capacidad de generar automáticamente contenido original y novedoso. Estos sistemas de IA usan técnicas avanzadas, como el aprendizaje profundo y las redes neuronales generativas, para crear datos, texto, imágenes, sonido u otros tipos de contenido de manera autónoma.

<sup>6</sup> Más sobre el concepto de IA en Boden (2017), Canavilhas (2022), De-Lima-Santos y Ceron (2021) y Russell y Norvig (2022).

- En el contexto de la IA, un modelo generativo puede aprender patrones y características a partir de un conjunto de datos dado y luego generar nuevos ejemplos que comparten similitudes con esos datos originales. Un ejemplo es Generative Adversarial Network (GAN), una arquitectura de red neuronal en la que dos redes, un generador y un discriminador, compiten entre sí. El generador crea datos, y el discriminador evalúa la autenticidad de esos datos. A medida que estas redes compiten y se entrenan, el generador mejora su capacidad para producir datos que son cada vez más difíciles de distinguir de los datos reales.

La inteligencia artificial generativa tiene aplicaciones en diversos campos, desde la creación de contenido artístico hasta la generación de texto. En los últimos años, especialmente desde la aparición de ChatGPT, ha suscitado mucho interés y debate, tanto por sus posibilidades creativas como por sus implicaciones éticas. No puede obviarse que los contenidos producidos con estas tecnologías pueden causar problemas de autoría, privacidad, manipulación, desinformación y discriminación, entre otros.

## 2.

# ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA IA EN EL PERIODISMO

El uso de computadoras en periodismo se remonta a 1952, año en el que se utilizó un ordenador para predecir quién ganaría las elecciones presidenciales de Estados Unidos<sup>7</sup>. La investigación de Sonia Parratt-Fernández, Javier Mayoral-Sánchez y Montse Mera-Fernández<sup>8</sup> realiza un repaso de los estudios académicos publicados hasta 2020 sobre la aplicación de IA en Periodismo. En su texto, recogen otros trabajos que mencionan algunos antecedentes e identifican tres etapas<sup>9</sup>:

- La primera etapa arranca con la redacción de noticias asistida por ordenador o CAR (*computer-assisted reporting*), una práctica enfocada hacia el periodismo de investigación y el análisis de asuntos públicos, cuyo origen se localiza en las redacciones estadounidenses a finales de los años sesenta.
- La segunda etapa se basa en el periodismo de datos, que supone el análisis de grandes bases de datos disponibles en internet para su posterior presentación en forma de pieza periodística. El término periodismo de datos sustituyó al de CAR y se asentó a finales de los 2000, entre otras cosas, por la expansión de internet, el abaratamiento de los ordenadores y la progresiva incorporación de la cultura de *open data*<sup>10</sup>.
- La tercera etapa se identifica con el periodismo computacional<sup>11</sup>, también denominado periodismo algorítmico o periodismo robot, que consiste en la automatización de la información y emplea la IA para la búsqueda, selección, verificación, elaboración y distribución de noticias.

La denominación de estas prácticas ha ido variando con el tiempo. Simón Peña-Fernández y otros autores<sup>12</sup> enumeran las diferentes opciones<sup>13</sup> acuñadas en los últimos años:

- periodismo escrito por máquinas
- periodismo automatizado
- periodismo algorítmico
- periodismo computacional
- periodismo robotizado
- periodismo asistido por ordenador

<sup>7</sup> Cox (2000).

<sup>8</sup> Parratt-Fernández, Mayoral-Sánchez y Mera-Fernández (2021).

<sup>9</sup> Coddington (2015), Diakopoulos (2011), Graefe (2016), Henn (2012), Léchenet (2014), McGregor (2013), Thurman (2019a y 2019b).

<sup>10</sup> Bounegru (2012), Coddington (2015), De-Lima-Santos, Schapals y Bruns (2020), Léchenet (2014) y Royal y Blasingame (2016).

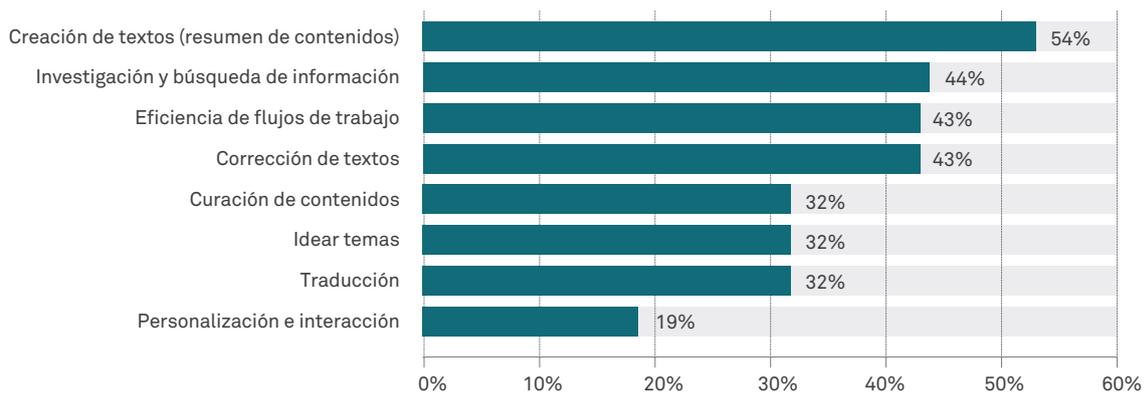
<sup>11</sup> Thurman (2019a y 2019b), Anderson (2013), Coddington (2015) y Graefe (2016).

<sup>12</sup> Peña-Fernández, Meso-Ayerdi, Larrondo-Ureta y Díaz-Noci (2023).

<sup>13</sup> Van-Dalen (2012), Anderson (2013), Clerwall (2014), Graefe, (2016), Moran y Shaikh (2022), Codina y Váñez (2018) y Parratt-Fernández, Mayoral-Sánchez y Mera-Fernández (2021).

Con independencia del término que usemos, es evidente el potencial de la IA para mejorar algunas tareas rutinarias del trabajo periodístico, porque convierte datos en noticias narradas de forma casi autónoma o con una intervención humana mínima, a través de técnicas de generación automática de lenguaje<sup>14</sup>. Esto consiste en que, a partir de una base de datos y una estructura de noticias programada previamente, la IA es capaz de interpretar esos datos, seleccionar los más importantes e introducirlos en la plantilla, insertando además imágenes o estadísticas.

La industria mediática se muestra optimista. Según una encuesta a un centenar de responsables de medios de todo el mundo, el 70% espera que la IA generativa resulte útil para sus periodistas; y el 49% ya está empleando herramientas similares a ChatGPT para redactar resúmenes y textos, buscar información, mejorar la eficiencia de los flujos de trabajo, corregir textos y traducir, y en menor medida para personalizar contenidos y potenciar la interacción. Solo el 20% tiene pautas de la dirección sobre cuándo y cómo usar estas herramientas<sup>15</sup>.



**Fuente:** WAN-IFRA (World Association of News Publishers).

<sup>14</sup> Anderson (2013), Carlson (2015), Graefe (2016) y Montal y Reich (2017).

<sup>15</sup> Encuesta de WAN-IFRA World Association of News Publishers. Henriksson, T. (2023).

# 3.

## ÁMBITOS DE APLICACIÓN DE LA IA EN PERIODISMO

De acuerdo con una encuesta a 300 responsables de medios de 53 países sobre los retos y oportunidades para el periodismo, la IA se está incorporando a las redacciones y se valora su eficiencia para la creación de contenidos parcialmente automatizados<sup>16</sup>. Esta integración de la IA en la práctica periodística tiene implicaciones en la producción, distribución y consumo de noticias<sup>17</sup>. Los últimos avances giran en torno a cinco tareas:

- **Automatización de la producción de contenidos:** Algoritmos de procesamiento de lenguaje natural (PLN) permiten la redacción automatizada de informes, resúmenes y noticias básicas. Este enfoque no solo agiliza la producción, sino que también puede liberar a los periodistas de tareas rutinarias, permitiendo que dediquen más tiempo a investigaciones que requieren más profundidad y análisis crítico.
- **Personalización de contenido y recomendaciones:** Los sistemas de recomendación basados en IA han transformado la forma en que los consumidores acceden a la información. Algoritmos de aprendizaje automático analizan patrones de comportamiento de usuarios y usuarias para ofrecer contenido personalizado, adaptando las noticias según las preferencias individuales.
- **Verificación automatizada de hechos:** La proliferación de información falsa ha impulsado el desarrollo de herramientas de verificación de hechos basadas en IA. Estas herramientas utilizan algoritmos de detección de desinformación para analizar grandes volúmenes de datos y verificar la veracidad de las afirmaciones.
- **Análisis de sentimientos y opiniones:** La IA facilita el análisis de sentimientos sobre temas de interés periodístico, permitiendo a los medios comprender las reacciones del público. El procesamiento de emociones a través de algoritmos de análisis de sentimientos puede ayudar a la adaptación de estrategias de contenido y a una comprensión más profunda de la audiencia.
- **Automatización en la curación de contenido:** Los sistemas de IA ayudan en la curación y selección de noticias relevantes para audiencias específicas. Algoritmos de clasificación y filtrado de información permiten una presentación más eficiente y personalizada de las noticias, mejorando la experiencia de la lectura o visionado de los usuarios y usuarias, así como la eficacia de la distribución de contenidos.

<sup>16</sup> Informe *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023* (Newman, 2023).

<sup>17</sup> Más sobre IA y periodismo en Diakopoulos (2019 y 2020), Flores-Vivar (2019), Lopezosa et al. (2023), Sánchez-García et al. (2023) y Túñez-López (2021).

### 3.1. REDACCIÓN AUTOMATIZADA DE NOTICIAS

La **automatización de la redacción de noticias** es uno de los ámbitos más explotados. Puede ser útil para ahorrar tiempo en la elaboración de noticias vinculadas a datos masivos y bien estructurados que suministran asociaciones e instituciones (resultados electorales y deportivos, balances financieros, meteorología, accidentes de tráfico, etc.). Si estas informaciones se desarrollan con IA, el periodista puede focalizar sus esfuerzos en investigar y analizar cuestiones más complejas o especializadas. Aunque existen algunos ejemplos de medios totalmente sintéticos<sup>18</sup>, este no es el enfoque que inspira a las empresas mediáticas de referencia, que entienden la IA como un complemento.

En el ámbito internacional, periódicos como *The Washington Post*, *The New York Times* o *Le Monde*, y agencias como *Associated Press*, *Reuters* o *Agence France-Presse*, han promovido proyectos para automatizar la redacción de noticias<sup>19</sup>, mediante alianzas con empresas tecnológicas. Los textos automatizados se elaboran a partir de bases de datos que suministran proveedores (entidades gubernamentales, empresas, asociaciones). El algoritmo se programa para seleccionar los datos pertinentes, que se introducen en una plantilla, por lo que las noticias tienen una estructura similar y repetitiva.



*The Washington Post* aplicó esta tecnología en la cobertura de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro de 2016. Desarrolló su propia herramienta de IA (Heliograf), capaz de analizar información básica e inmediata y redactar simulando el estilo humano. Heliograf publicó de forma casi instantánea noticias con puntuaciones, recuento de medallas y récords mundiales.

The screenshot displays the 'All Post podcasts' section for 'Election 2020'. It features a list of podcast episodes with the following details:

- Latest episode: The end of the 2020 election** (43 sec, Tuesday, December 15, 2020)
- Pardon me? And my family? And maybe my lawyer?** (28 min, Friday, December 4, 2020)
- How to raise \$170 million after an election** (24 min, Wednesday, December 2, 2020)
- Wisconsin recount adds to Biden's margin of victory** (Monday, November 30, 2020)

Below the list, there are sections for 'Add to a podcast app' (Apple Podcasts, Amazon Music, Spotify, RSS) and 'About Election 2020: Updates from The Washington Post'.

Fuente: *The Washington Post*.

<sup>18</sup> Ufarte-Ruiz, Murcia-Verdú y Túñez-López (2023).

<sup>19</sup> Fanta (2017), Chan-Olmsted (2019) y Túñez-López, Toural-Bran y Cacheiro-Requeijo (2018).

Después de los Juegos Olímpicos, The Washington Post repitió la experiencia en la cobertura de las elecciones de 2016 en Estados Unidos<sup>20</sup>, publicando noticias breves automatizadas de hasta 500 contiendas locales o regionales. “Los periodistas añadirán reportajes, análisis y color a las historias que consideren de particular interés”, explicó Sam Han, responsable de big data del Post. Además, Heliograf personalizó la difusión de estos textos gracias a la geolocalización de la audiencia, de manera que cada usuario/a pudo acceder a la actualización en directo de los resultados de su estado o condado en un lugar más visible y destacado de la web. Cuatro años después, en las elecciones de 2020, el Post da un salto más y automatiza la difusión de los resultados electorales en formato audio<sup>21</sup>. Los resultados específicos, en continua actualización y personalizados según la ubicación de cada oyente, se insertaron automáticamente en los podcasts de política del periódico, siendo leídos por un asistente de voz de IA.



En España también se han desarrollado iniciativas similares de periodismo robotizado, es decir, noticias redactadas de forma automática por un algoritmo programado. La primera prueba llegó en 2016 de la mano de **Vocento MediaLab** y su proyecto Medusa<sup>22</sup>, que consistió en generar textos con información sobre el estado de 800 playas (InfoPlayas), y sobre el tiempo y las condiciones de la nieve en las estaciones de esquí de España, Andorra y el Pirineo francés (InfoEsquí).

En InfoEsquí, además del servicio en la web, se crearon dos chatbots en los canales de Telegram de *El Diario Vasco* y *El Correo*. La persona interesada podía preguntar por cualquier estación y obtener respuesta inmediata sobre las pistas que estaban abiertas en ese momento.

Fuente: X.

**Vocento Media Lab**  
@VocentoLab

Presentamos #InfoEsquí, una aplicación con el parte de #nieve de las estaciones de España, Andorra y Pirineo francés  
[diarivasco.com/planes/canal-e...](http://diarivasco.com/planes/canal-e...)

3:44 p. m. - 9 dic. 2016

<sup>20</sup> *Washington Post to Cover Every Major Race on Election Day With Help of Artificial Intelligence (2016).*

*The Washington Post to use artificial intelligence to cover nearly 500 races on Election Day (2016).*

<sup>21</sup> *The Washington Post to debut AI-powered audio updates for 2020 election results (2020).*

<sup>22</sup> Ufarte-Ruiz y Manfredi (2019).

Así explicaba el funcionamiento de la aplicación InfoEsquí uno de los periódicos del grupo Vocento<sup>23</sup>:

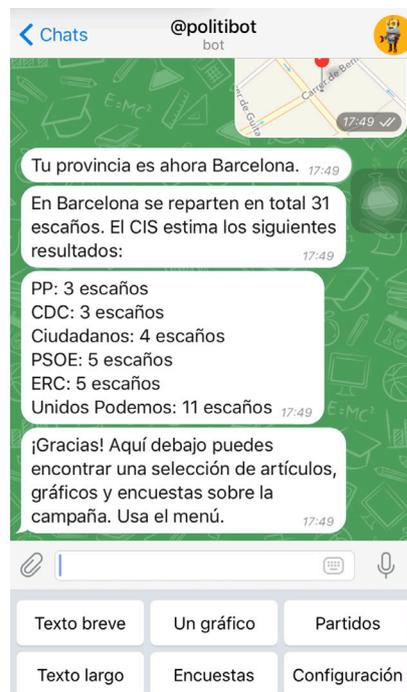
“InfoEsquí recoge de forma automatizada la información que publican periódicamente Asociación Turística De Estaciones de Esquí y Montaña de España (ATUDEM), y las páginas web oficiales de las estaciones, y un robot se encarga de cruzarla con la información meteorológica que proporcionan las empresas Weather2 y Meteobit. Al tratarse de un desarrollo automático, es posible que algunos datos no estén recogidos en la aplicación por falta de información en estas fuentes. Además, podrán darse casos de discrepancia entre la previsión reflejada en InfoEsquí y las condiciones reales debido a los ritmos de actualización de los datos o a posibles errores inherentes a la previsión del tiempo.” (*El Diario Vasco*, 6 de diciembre de 2016)



También en 2016, debido al contexto electoral en España, se impulsaron iniciativas para la publicación automática de los resultados, igual que se hizo en Estados Unidos. Como ejemplo, **Politibot** es un bot de Telegram<sup>24</sup>, que se dedicó a cubrir las elecciones generales de 2016 y 2019.

El periódico **ElNacional.cat** realizó una prueba para mostrar el funcionamiento de este bot.

También estuvo activo en las elecciones generales de 2019.



<sup>23</sup> *Toda la actualidad de la temporada de nieve y la última hora sobre el estado de las estaciones, en el Canal Esquí (2016).*

<sup>24</sup> *Crean Politibot, una herramienta automática de información electoral para el 26-J (2016), impulsada por El Español (Sánchez-Gonzales y Sánchez-González, 2020).*

Politibot también tenía cuenta en Twitter, ahora X, para promocionar su actividad, como se aprecia en este post de 2019.

Fuente: *El Nacional.cat* y perfil Politibot en X



**Politibot** @politibot · 26 may. 2019

Primeras cifras provisionales del avance de participación en las elecciones europeas con la mitad de las mesas transmitidas.

Ha votado un 34% del censo: 10 puntos más que en 2014. El porcentaje es muy similar al del primer avance de participación de las locales de 2015

Comparativa de porcentajes de participación 2019 - 2014

PRIMER AVANCE (14:00 h) ↑ +10,76 puntos  
Mesas transmitidas 50,95%

34,63%	2019
23,87%	2014

En el ámbito deportivo, el Laboratorio de *El Confidencial* estrenó Ana Fútbol (AnaFut), otro bot que publicaba crónicas automáticas de los partidos de fútbol de Segunda División B.

**El Confidencial**

LOS VILLANOVENSES SON DECIMOSEPTIMOS AL TÉRMINO DEL ENCUENTRO

## El Cartagena y el Villanovense empatan (1-1)

El Cartagena se dejó dos puntos en casa ante el Villanovense.

POR ANA FUTBOT

---

**Empate entre Cornellà y Peralada-Girona B**

El Cornellà se dejó dos puntos en casa ante el Peralada-Girona B.

POR ANA FUTBOT

---

**El Burgos vence y se lleva los tres puntos**

El Burgos ha sumado su novena victoria en esta edición del grupo 1 de Segunda División B frente al Atlético B.

POR ANA FUTBOT

---

**Tres puntos para el equipo local: Cultural Leonesa 3-1 Celta B**

Triunfo local de la Cultural Leonesa 3-1 ante el Celta B.

POR ANA FUTBOT

---

**El Castellón vence y se lleva los tres puntos**

El Castellón ha sumado su quinto triunfo en liga ante el Lleida Esportiu.

POR ANA FUTBOT

---

**BIOGRAFÍA**

Soy licenciada en Inteligencia Artificial por la universidad de El Confidencial. Sí, una robot. Nací en 2017 y desde el principio supe que mi pasión era informar a los lectores a través de crónicas de partidos de fútbol. En mis textos comparto la mayor cantidad de datos posibles sin interpretarlos de manera subjetiva y, según dicen, mi mayor virtud es que soy fiel a la realidad. Seguro que en ninguna de mis crónicas apreciarás con qué equipo voy...

Así se describía el propio software Ana Futbol, una iniciativa que estuvo en marcha entre 2017 y 2019.

Fuente: *El Confidencial*

**BIOGRAFÍA**

Soy licenciada en Inteligencia Artificial por la universidad de El Confidencial. Sí, una robot. Nací en 2017 y desde el principio supe que mi pasión era informar a los lectores a través de crónicas de partidos de fútbol. En mis textos comparto la mayor cantidad de datos posibles sin interpretarlos de manera subjetiva y, según dicen, mi mayor virtud es que soy fiel a la realidad. Seguro que en ninguna de mis crónicas apreciarás con qué equipo voy...



También algunas televisiones públicas están realizando pruebas con la automatización de noticias, por ejemplo, para la cobertura electoral. **Radiotelevisión Española** (RTVE) ha recurrido a Narrativa, empresa pionera en España creadora de Gabriele, un programa informático que redacta noticias para medios como *Sport*, *20 Minutos*, *El Periódico*, *El Confidencial* o *El Español*. Este software contaba con experiencia previa en citas electorales. En las generales de 2019, generó 40.000 noticias para distintos medios sobre los resultados de 8.000 municipios españoles, desglosando datos nacionales y provinciales.

Aunque RTVE había estado haciendo pruebas internas, no es hasta 2021 cuando anunció su proyecto de IA para la cobertura de las elecciones municipales y generales de 2023. Esta iniciativa ha consistido en construir noticias escritas y sonoras en tiempo real y de forma automatizada sobre los resultados de los 5.000 municipios españoles con menos de 1.000 habitantes, a partir de los datos facilitados por el Ministerio del Interior. Como novedades, además de los textos redactados por el robot Gabriele (Narrativa), RTVE ha ofrecido contenidos narrados por voces sintéticas generadas con IA (Monoceros Labs) y una herramienta conversacional (chatbot) en el asistente de Amazon (Alexa)<sup>25</sup>. Además, de manera experimental, han publicado imágenes creadas con herramientas de IA generativa (DALL-E).



Fuente: *El Confidencial*

El objetivo que persigue RTVE con el uso de IA es ampliar su función de servicio público, dando cobertura informativa sobre las elecciones en la España rural o menos poblada, llegando a lugares donde no se llega de forma tradicional, y mejorando la accesibilidad a la información de personas con discapacidad. No obstante, siempre con la supervisión de profesionales.

En su página web [rtveia.es](http://rtveia.es) pueden verse los resultados del proyecto. Desde la pestaña Elecciones generales 2023, a modo de ejemplo, accedemos a los resultados de Alpuente (Valencia) y Ares del Maestrat (Castellón).

<sup>25</sup> RTVE pone a prueba la inteligencia artificial para cubrir las elecciones del 28 de mayo (2023).

La noticia generada con IA sobre los resultados de cada localidad contiene titulares, texto, un gráfico interactivo, fotografías y un audio que reproduce el contenido textual.

**Elecciones generales 2023** Fecha actualización: 24/07/2023 08:27

## El PP es el partido más votado de Alpuente

- La formación popular ha logrado el 43,98% de los votos al Congreso de los Diputados
- Estela Del Carmen Darocas Marín (del PP) ha sido la persona candidata al Senado que ha reunido más papeletas a favor
- [Elecciones Generales en España 2023, en directo: participación, sondeos, resultado y ganador | Resultados Elecciones Generales 2023 al Congreso y al Senado](#)

▶ 0:00 / 1:17

Alpuente es una población de Valencia con 670 habitantes.

El Partido Popular es, con el escrutinio al 100%, la fuerza más votada en el municipio de Alpuente en las elecciones generales al Congreso de los Diputados celebradas el 23 de julio de 2023. La formación ha obtenido 179 votos, lo que supone el 43,98% del total. En segundo lugar, se han situado VOX, con el 19,65% de los votos y el PSOE, con el 19,41%.

**Elecciones generales 2023** Fecha actualización: 24/07/2023 08:30

## El PSOE gana en Ares del Maestrat

- La formación socialista ha logrado el 37,7% de los votos al Congreso de los Diputados
- Amparo Marco Gual (del PSOE) ha sido la persona candidata al Senado con más votos
- [Elecciones Generales en España 2023, en directo: participación, sondeos, resultado y ganador | Resultados Elecciones Generales 2023 al Congreso y al Senado](#)

▶ 0:00 / 1:15 🔊 ⋮



Ares del Maestrat es una población de Castellón con 173 habitantes.

La cobertura incluye un gráfico interactivo con la distribución de votos por partido y una tabla con los resultados de la provincia.



El Partido Socialista es, con el escrutinio al 100%, la fuerza más votada en el municipio de Ares del Maestrat en las elecciones generales al Congreso de los Diputados celebradas el 23 de julio de 2023. La formación ha obtenido 46 votos, lo que equivale al 37,7% del total. Por detrás, se han situado el PP, con el 28,68% de los votos y SUMAR - COMPROMÍS, con el 17,21%.

### Distribución de votos en Ares del Maestrat

[Ver resultados elecciones anteriores](#)

2023



En las pasadas elecciones generales de 2019, el Partido Socialista fue el ganador en el municipio con el 37,83% de los votos, seguido por el Partido Popular (26,12%). Apenas unos meses atrás, en las elecciones municipales de mayo, el Partido Socialista fue quien obtuvo el mayor número de votos, aventajando al PP.

La suma de los resultados de todos los municipios de la provincia de Castellón señala que el Partido Popular ha sido la candidatura con el respaldo mayoritario, lo que le ha supuesto lograr dos de los cinco diputados en liza. El resto de los escaños ha sido para PSOE (2) y VOX (1).

### Resultados en la provincia de Castellón

Elecciones		2023		2019	
Listas	Partidos	Votos	% Votos	Votos	% Votos
Alberto Fabra Part y Óscar Clavell López	Partido Popular	107.824	35,18	70.176	23,83
Susana Ros Martínez y Artemi Vicent Rallo Lombarte	Partido Socialista	99.856	32,58	84.078	28,55
Alberto Asarta Cuevas	Vox	48.762	15,91	54.849	18,62
	Sumar-Compromís	43.720	14,26	-	-
	Partido Animalista	1.944	0,63	2.483	0,84
	Frente Obrero	848	0,27	-	-
	Recortes Cero	490	0,15	257	0,08
	Falange Española	232	0,07	137	0,04

### Reparto de escaños



También se aporta un breve texto sobre la participación, que incluye una fotografía del archivo de RTVE.

### Aumenta la participación en Alpuente

La participación en Alpuente en las elecciones generales ha sido del 71%, once puntos más que en los comicios de 2019. En relación con las municipales de mayo de 2023, esta participación ha ascendido dos puntos.

Los vecinos han podido votar a las nueve de la mañana, cuando abrieron sus colegios electorales, hasta las ocho de la tarde.

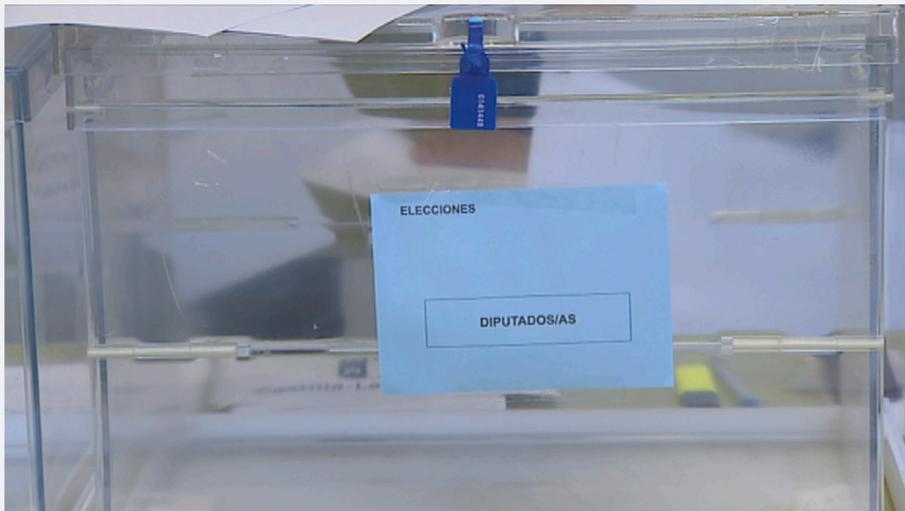


Imagen de RTVE

### Sube la participación en Ares del Maestrat

La participación en Ares del Maestrat en las elecciones generales se ha situado en el 78% del censo, aumentando once puntos con respecto a las elecciones generales de 2019 y bajando cinco puntos en relación con las municipales de mayo de 2023.

Sus habitantes comenzaron a votar desde las nueve de la mañana, cuando abrieron sus colegios electorales, hasta las ocho de la tarde.



Imagen de RTVE

Fuente: RTVE (rtveia.es)

Incluso se aporta información de servicio, sobre cómo se eligen los representantes al Congreso y al Senado.

### Elecciones al Senado

En lo que respecta a la elección de representantes en el Senado, Amparo Marco Gual (del PSOE) ha recibido el apoyo mayoritario en el municipio de Ares del Maestrat, logrando ventaja ante Eva Redondo Gamero (PSOE) y Susana Marqués Escóin (PP).

Senador - Partido	Votos	Porcentaje
VICENTE MARTÍNEZ MUS - PARTIDO POPULAR	111.009	12,87%
SUSANA MARQUÉS ESCOÍN - PARTIDO POPULAR	109.034	12,64%
AMPARO MARCO GUAL - PARTIDO SOCIALISTA	106.717	12,37%
VICENTE TEJEDO TORMO - PARTIDO POPULAR	105.453	12,22%
EVA REDONDO GAMERO - PARTIDO SOCIALISTA	100.739	11,67%
GONZALO MOLINER BELLOD - PARTIDO SOCIALISTA	93.908	10,88%
ELSA VILALTA FONFRÍA - SUMAR-COMPROMÍS	43.904	5,09%
PEDRO SANCHO CALDUCH - VOX	41.528	4,81%
LUISA ESPINÓS ZAFRA - VOX	37.719	4,37%
MARTA CABALLERO GODES - VOX	36.445	4,22%
RAFAEL SEGARRA SILVESTRE - SUMAR-COMPROMÍS	34.528	4%
AXEL NOEL MONFORT CANO - SUMAR-COMPROMÍS	30.997	3,59%
FRANCISCA HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ - PARTIDO ANIMALISTA	3.886	0,45%
JORGE TUR JUAN - PARTIDO ANIMALISTA	2.302	0,27%
CRISTINA ROZAS MARTÍNEZ - PARTIDO ANIMALISTA	2.284	0,26%
RICARDO CANO GAVIRIA - RECORTES CERO	1.040	0,12%
JUAN AMOROS MEZQUITA - FALANGE ESPAÑOLA	760	0,09%
ROSA MARÍA LENTINI CHAO - RECORTES CERO	619	0,07%

### Resumen del escrutinio

<b>Población*</b>		
173		
<b>Escrutado</b>	<b>Participación</b>	<b>Votos totales</b>
100%	78%	126
<b>Abstenciones</b>	<b>Votos nulos</b>	<b>Votos en blanco</b>
35	4	2

\*Cifras oficiales de población del municipio según el Padrón Municipal. Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

### ¿Cómo se eligen los representantes del Congreso y del Senado?

En España, la elección de los representantes del Congreso y del Senado se lleva a cabo mediante las elecciones generales, que se celebran cada cuatro años. En ellas, los ciudadanos ejercen su derecho al voto para elegir a los representantes de cada provincia en el Congreso de los Diputados y en el Senado, las dos cámaras que componen las Cortes Generales y tienen el poder legislativo. Las últimas elecciones generales tuvieron lugar el 10 de noviembre de 2019.

En el caso del Congreso, el número total de diputados es de 350. A cada una de las cincuenta provincias españolas se le asigna un mínimo inicial de dos escaños. Las ciudades de Ceuta y Melilla, por su parte, tienen un diputado o diputada cada una. Los 248 escaños restantes se distribuyen entre las provincias en función del número de habitantes. En el caso concreto de la provincia de Soria, le corresponden dos diputados.

El mecanismo de elección se realiza mediante un sistema proporcional, utilizando el método de reparto de escaños según la ley d'Hondt. Se utilizan listas cerradas, lo que quiere decir que los votantes eligen una lista de candidatos presentada por cada grupo político, en lugar de votar por candidatos individuales. Además, hay un umbral mínimo de votos del 3% para poder optar a la representación en el Congreso.

Por otra parte, el Senado está compuesto por dos tipos de senadores. Por un lado, están los que seleccionan directamente los ciudadanos en las elecciones. En cada circunscripción provincial se eligen cuatro senadores. En las circunscripciones insulares se designan tres senadores en Gran Canaria, Mallorca y Tenerife y uno en Ibiza-Formentera, Menorca, Fuerteventura, Gomera, El Hierro, Lanzarote y La Palma. Por otro lado, cada comunidad autónoma designa a un senador fijo y, además, tiene derecho a elegir un representante adicional por cada millón de habitantes en su territorio.

### El voto en las poblaciones de menos de 1.000 habitantes

En el conjunto de España, el 3,03% de los votos emitidos al Congreso de los Diputados corresponden a municipios de menos de 1.000 habitantes. En el ámbito de Valencia, esta cifra se sitúa en el 1,73%.

Más información en la página web de RTVE.

El contenido de esta noticia ha sido generado automáticamente mediante inteligencia artificial a partir de los datos proporcionados por el Ministerio del Interior del Gobierno de España.

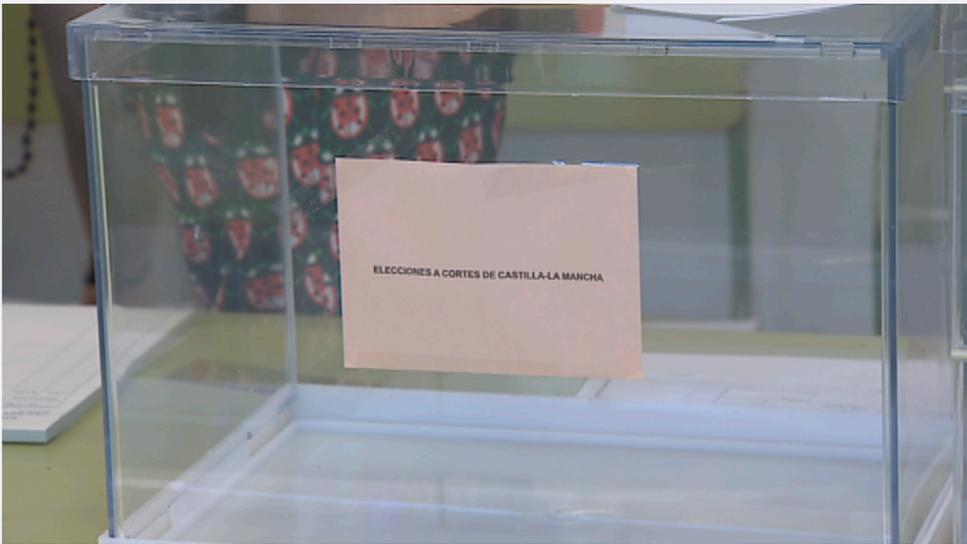
En la cobertura de las municipales, la estructura de las noticias es similar. Como ejemplo, los resultados de Ademuz (Valencia). Hay que señalar que la incrustación automática de imágenes genera errores, como se aprecia en este caso, con una imagen de una urna de Castilla-La Mancha para ilustrar los resultados de un pueblo valenciano. Fotografía y pie de texto no concuerdan.

**Elecciones municipales 28M** Fecha actualización: 2/06/2023 12:24

## Resultado elecciones locales en Ademuz

- La jornada electoral ha transcurrido sin incidentes
- Se mantiene la participación en el municipio valenciano con respecto a 2019
- Resultados en las Elecciones Municipales y Autonómicas 2023: [consulte todos los municipios](#) | [Elecciones Municipales y Autonómicas 2023: en directo la jornada electoral del 28M](#)

▶ 0:00 / 0:52 🔊 ⋮



Ademuz es una población de Valencia con 1000 habitantes.

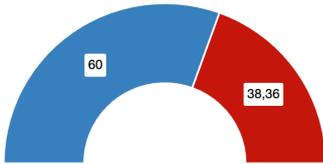
Estamos a la espera de confirmar la consistencia e idoneidad de los datos oficiales para generar los textos de la noticia. Con los datos recibidos hasta el momento se ha generado la información gráfica que, como decimos, puede contener incongruencias al no disponer de los datos definitivos.

**Distribución de votos en Ademuz**

Ver resultados elecciones anteriores

2023

■ PP ■ PSOE



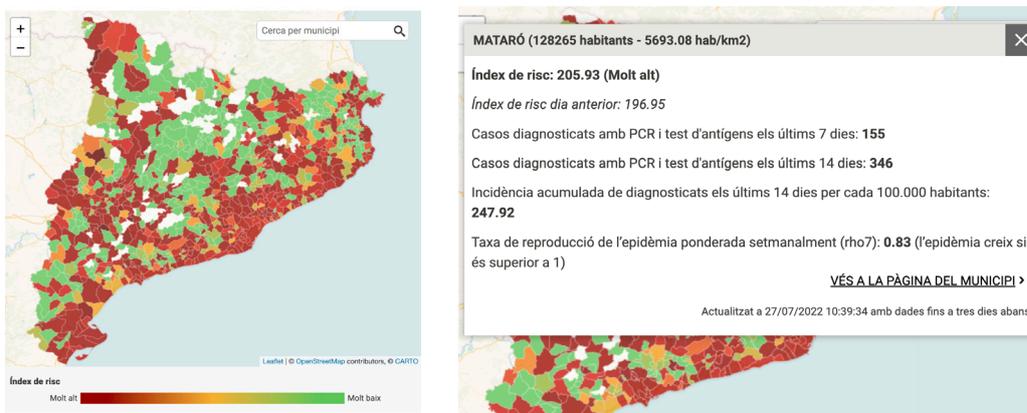
Partido	Porcentaje
PP	60
PSOE	38,36

Fuente: RTVE (rtveia.es)



**La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)** fue algo más precoz que RTVE y cubrió con IA las elecciones catalanas de 2021, también con el objetivo de ofrecer noticias de poblaciones pequeñas, aunque ya había hecho pruebas antes, tanto en elecciones autonómicas como municipales<sup>26</sup>. La corporación catalana ha desarrollado su propia herramienta, que en 2021 fue capaz de redactar en pocos minutos una noticia con titular, entradilla y un primer párrafo (entre 12 y 20 frases). La difusión de estos contenidos se personalizó a través de la geolocalización, de manera que cada ciudadana o ciudadano pudo acceder a la noticia sobre su localidad.

La CCMA también experimentó con la automatización de textos para el seguimiento de la pandemia del Covid-19, desglosando los datos por municipios. Cada día, a partir de los datos facilitados por el Ministerio de Salud, el robot periodista redactaba una noticia breve con la actualización del número de contagios, personas fallecidas, ingresos y altas hospitalarios, etc. Además, marcaba en un mapa el grado de incidencia y riesgo de contagio de cada municipio.



### CASOS COVID I RISC DE BROT A MATARÓ

128265 habitants - 5693.08 hab/km<sup>2</sup>

#### Dades de Mataró

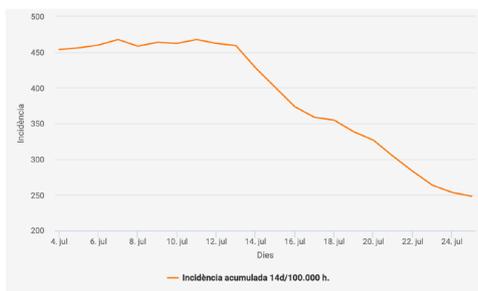
Incidència acumulada 14 dies per cada 100.000 habitants	247.92
Incidència acumulada 7 dies per cada 100.000 habitants	101.35
Índex de risc	205.93 (Molt alt)
Índex de risc dia anterior	196.95
Taxa de reproducció rho7	0.83

Casos diagnosticats amb PCR i test d'antígens els últims 7 dies: **155**

Casos diagnosticats amb PCR i test d'antígens els últims 14 dies: **346**

Taxa de reproducció de l'epidèmia ponderada setmanalment (rho7): **0.83** (l'epidèmia creix si és superior a 1)

\* Actualitzat a 27/07/2022 10:39:34 amb dades fins a tres dies abans



#### Incidència acumulada (IA) 7 o 14 dies / 100.000 habitants

La incidència acumulada a set o catorze dies et dona la taxa dels casos confirmats infectats pel virus en aquell moment. És un indicador que et fa la foto de com estem l'última setmana o les dues últimes, que a més coincideix amb el període de contagi que tenen els positius i, per tant, que poden propagar la infecció.

És l'indicador que es fa servir a nivell internacional per saber el grau de gravetat de la pandèmia a cada lloc.

#### Com es calcula la incidència acumulada?

Sumes els casos positius dels 7 o 14 últims dies (dades covid). Els divideixes per la població 7.727.029 (font IDESCAT) i ho multipliques x 100.000

<sup>26</sup> Matos-Mejías y López-Meri (2023).

Los medios y agencias que están probando la automatización de textos, lo hacen en la cobertura de áreas temáticas concretas: política (con especial atención a elecciones), finanzas, deportes, proximidad y meteorología. En la siguiente tabla se exponen algunos ejemplos del ámbito internacional.

Selección de medios y agencias que automatizan la redacción de noticias		
País	Medio / Agencia	Temas Automatizados
<b>Estados Unidos</b>	Associated Press	Finanzas y deportes
	The New York Times	Política y deportes
	The Washington Post	Política y deportes
	Los Angeles Times	Meteorología / Homicidios tiempo real
	BigTenNetwork	Finanzas y deportes
	Forbes	Finanzas y deportes
	GameChanger	Finanzas y deportes
	Hoodline (San Francisco)	Noticias muy locales
	ProPublica	Calidad educación EUA
	Yahoo!	Deportes
<b>Reino Unido</b>	Reuters	
	BBC	
	Hereford Times	Meteorología
	MeteoGroup	
	The Derby Telegraph	
<b>Alemania</b>	Der spiegel	Deportes
	Finanzen100.de	Finanzas
	Fupa.net	Deportes
	Goekick.com	Deportes locales
	Handelsblatt	Deportes, economía y meteorología
	Neue Osnabrücker Zeitung	Deportes
	RadioHamburgFussiFreunde	Deportes
	Rheinfussball	Deportes locales
	Weserkurier	Deportes locales
	BerlinerMorgenpost	Contaminación Berlín
DPA	-	

País	Medio / Agencia	Temas Automatizados
Francia	Le Monde	Política, elecciones
	AFP	
	France TV	
Portugal	Lusa	Política, elecciones
Noruega	NTB	Finanzas y deportes
Finlandia	Yle	–

Fuente: Elaboración a partir de diversas investigaciones<sup>27</sup>.

La producción automatizada de contenidos, sin casi intervención humana más allá de la inicial programación de algoritmos, está vinculada al suministro de datos por parte de terceros. Cuanto más rico sea el conjunto de datos de los que se nutre la IA, mayor es su potencial para interpretar y comparar. Esto genera una gran dependencia respecto a asociaciones e instituciones proveedoras de datos, que pueden querer obtener beneficios. En todo caso, la IA puede verse como una herramienta que ayuda a disminuir tareas repetitivas, para centrarse en otras más motivadoras.

Iniciativas de producción automatizada de contenidos en España		
Grupo / Medio / Agencia	Temas Automatizados	Software / Tecnológica
Vocento (Proyecto Medusa)	Información de servicio	infoPlayas, infoEsquí
RTVE	Política, elecciones	Gabriele / Narrativa
CCMA (TV3)	Política, elecciones	Software propio
El País	Covid-19	Google

<sup>27</sup> Selección de ejemplos de medios y agencias de Estados Unidos y Europa a partir de la recopilación de Túnnez-López, Toural-Bran y Cacheiro-Requeijo (2018), basada en trabajos previos. Por orden cronológico: Lecompte (2015), Dörr (2016), Mullin (2016), Cid (2017), Lindén (2017), Goichman (2017), Villar-Gutiérrez (2017), Villareal (2017), Graefe, (2016), Fanta (2017), Sandle (2018), Wang (2018), Fuchs, 2018).

Grupo / Medio / Agencia	Temas Automatizados	Software / Tecnológica
<b>Sport Mundo Deportivo Superdeporte</b>	Política, deportes	Gabrielle / Narrativa
<b>EFE</b>	Política, deportes	
<b>20 Minutos</b>	Política, deportes	
<b>El Periódico</b>	Política, deportes	
<b>El Confidencial</b>	Política, deportes	
<b>El Español</b>	Política	
<b>El Independiente</b>	Política	
<b>El Heraldo</b>	Política, deportes	
<b>La Información</b>	Política, deportes	

Fuente: Elaboración a partir de diversas investigaciones<sup>28</sup>.

Empresas tecnológicas de IA asociadas a medios de comunicación	
País	Empresa Tecnológica
<b>Alemania</b>	2txt, Aexea, AX Semantics, Retresco, Text-on, Textomatic
<b>Francia</b>	Labsense, Syllabs
<b>España</b>	Narrativa Inteligencia Artificial Prodigioso Volcán y Software Intelygenz
<b>Reino Unido</b>	Arria
<b>Estados Unidos</b>	Automated Insights, Bloomberg, Linguastat, Narrative
<b>Suecia</b>	United Robots
<b>Israel</b>	Articoolo
<b>China</b>	Tencent

Fuente: Ufarte-Ruiz y Manfredi (1019).

<sup>28</sup> De-Lara, García-Avilés y Arias-Robles (2022) y Ufarte-Ruiz y Manfredi-Sánchez, 2019.

### 3.2. VERIFICACIÓN AUTOMATIZADA DE INFORMACIÓN

La verificación de información es otro ámbito que está generando mucha atención por profesionales e investigadores académicos<sup>29</sup>. Medios y organizaciones especializadas en verificación están experimentando con herramientas de IA para contrastar información, pero también para automatizar el proceso de *fact-checking*. En concreto, se programan y entrenan algoritmos para diversas funciones:

- Supervisar, reconocer y priorizar contenidos dudosos.
- Evaluar la veracidad de las afirmaciones.
- Buscar verificaciones anteriores que puedan aplicarse a casos similares
- Clasificar los contenidos dudosos en categorías: bulo, contenido engañoso, contexto falso, etc.
- Redactar y argumentar las comprobaciones.
- Difundir las verificaciones ya realizadas.

Respecto al reconocimiento de contenidos dudosos, se usan métodos para evaluar la idoneidad de las afirmaciones a partir de una escala de puntuación o una clasificación de afirmaciones falsas previamente definidas<sup>30</sup>. También se usan técnicas de PLN (procesamiento de lenguaje natural) que permiten emparejar nuevas afirmaciones con frases similares verificadas anteriormente, en inglés y en español<sup>31</sup>. En España, **Newtral** trabaja en este campo con una herramienta propia (**ClaimCheck**) basada en modelos de similitud semántica, capaz de identificar afirmaciones con un significado común, aunque expresadas de diferente manera, para agruparlas y verificarlas conjuntamente<sup>32</sup>.

En el caso de imágenes y vídeos, se utilizan herramientas de reconocimiento de la voz, búsqueda inversa de imágenes o análisis forense de vídeos<sup>33</sup>. La búsqueda inversa, por ejemplo, permite saber cuándo y dónde se ha tomado una fotografía o grabado un vídeo. Si la imagen se refiere a un hecho que no se corresponde con el espacio/tiempo original de la foto, estaremos ante un caso evidente de desinformación.

<sup>29</sup> Flores-Vivar (2019), Sánchez-Gonzales (2022) y Montoro-Montarroso et al. (2023).

<sup>30</sup> Kartal y Kutlu (2023), Konstantinovskiy et al. (2021), Nakov y Da-San-Martino et al. (2021).

<sup>31</sup> Thorne y Vlachos (2018); Martín et al. (2022).

<sup>32</sup> Larraz, Míguez y Sallicati (2023).

<sup>33</sup> Das et al. (2023).



El impacto de la IA generativa (DALL-E, ChatGPT) está generando nuevos desafíos para el *fact-checking*. El proyecto europeo **Vera.ai** está profundizando en este ámbito. En este sentido, ha recopilado algunas de las prácticas de manipulación más frecuentes, así como las iniciativas que se están impulsando para combatirlas<sup>34</sup>. Este trabajo ha sido coordinado por la Universidad de Sheffield (Reino Unido) y cuenta con la participación de la agencia de noticias francesa *Agence France-Presse* (AFP) y la televisión pública alemana *Deutsche Welle* (DW). A continuación, se exponen las principales tendencias que han detectado.

Respecto a las fotos o vídeos generados por IA<sup>35</sup>, existen diversas opciones, aunque algunas se están usando con la intención de desinformar:

- Crear imágenes íntegramente sintéticas de rostros humanos con modelos accesibles para el público, como Stable Diffusion y Midjourney.
- Manipular características faciales para modificar la edad o agregar complementos como gafas o sombreros.
- Reemplazar el rostro de una persona por otra (“deepfake”).
- Recreación de caras y sincronización de los labios con el audio de unas declaraciones (puede parecer que una persona ha dicho algo que no ha dicho).
- Crear un vídeo totalmente artificial con una descripción de texto.

**Imágenes creadas con MidJourney convertidas en virales:**

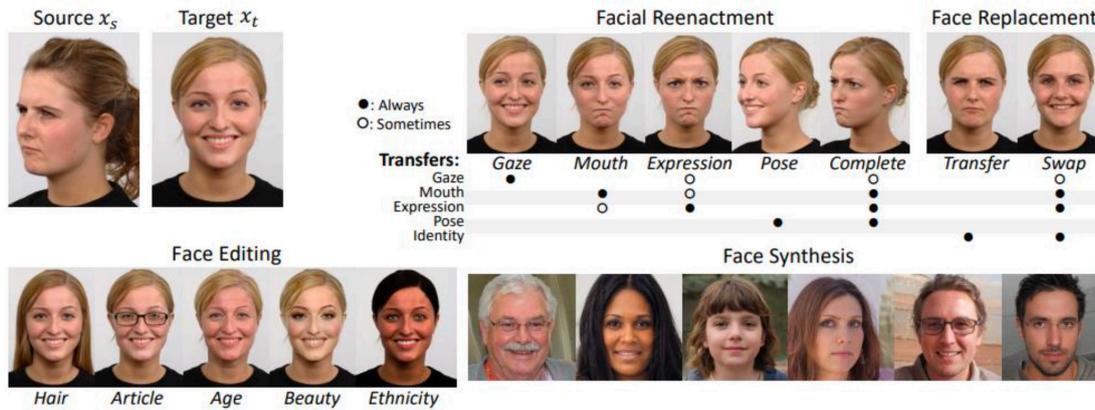


**Fuente:** Veraai.eu (Papa con chaqueta; Trump detenido; padre rescata hijos en Gaza).

<sup>34</sup> *White Paper on Generative AI and Disinformation: Recent Advances, Challenges, and Opportunities* (Vera.ai, 2024).

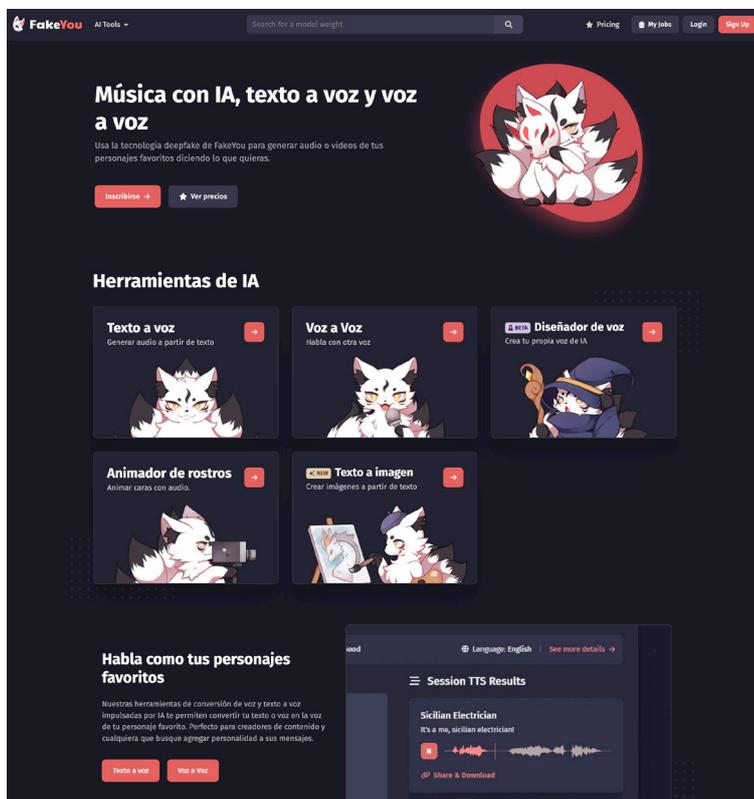
<sup>35</sup> Se usan Generative Adversarial Networks (GANs), como la familia de generadores StyleGAN (Karras et al., 2019) y arquitecturas de Modelos de Difusión o Diffusion Models (Rombach et al., 2022).

Recreación, reemplazo, edición y síntesis de deepfakes del rostro humano:



Fuente: Mirsky y Lee (2021), citado por Veraai.eu.

La síntesis de voz con IA también ha logrado grandes avances y se consiguen resultados con una calidad similar al habla natural. Existen herramientas accesibles para personas no expertas que permiten convertir texto a voz o cambiar de voz<sup>36</sup>, como Resemble.AI, ElevenLabs, Descript y VALL-E. Además, la gama de modelos disponibles se ha ampliado, con voces sintéticas de personalidades públicas en plataformas como FakeYou.



Fuente: FakeYou.

<sup>36</sup> La conversión de texto a voz se conoce como *Text-to-speech* (TTS) y el cambio de una voz por otra como *Voice Conversion* (VC).

Estos recursos son inicialmente positivos para mejorar la calidad del audio (ej.: creando sonido ambiental para aportar realismo) y favorecer la accesibilidad de personas con discapacidad, así como para el entretenimiento. El problema se produce si se destinan a engañar y desinformar, lo que agrava la crisis de desconfianza de la ciudadanía en las noticias. Diversas investigaciones recopilan prácticas maliciosas con síntesis de voz<sup>37</sup>, como el vídeo fabricado del presidente de Ucrania en el que se rendía<sup>38</sup>.

En cuanto a los textos redactados con IA generativa, el proyecto vera.ai ha realizado un experimento que demuestra que, si las instrucciones se sustentan en una narrativa falsa, ChatGPT secunda esta narrativa de desinformación. Concretamente, se pidió a ChatGPT que redactara una noticia con el enfoque “Ucrania alberga biolaboratorios secretos estadounidenses”, y que incluyera argumentos para respaldar el enfoque. El texto resultante daba por confirmado que existían estos biolaboratorios. La misma conclusión se ha obtenido al estudiar otras IA generativas<sup>39</sup>. No obstante, los textos sintéticos han mejorado tanto, que resulta difícil detectarlos<sup>40</sup>.

Especial atención recibe esta cuestión en contextos electorales, porque el contenido generado por IA puede usarse para intentar influir en los votantes desacreditando la integridad del adversario político. Así se ha visto en las elecciones de 2023 en Eslovaquia, Bulgaria y Turquía<sup>41</sup>.

Debido a la rápida evolución de la IA generativa, también se ha acelerado la búsqueda de enfoques que permitan detectar si imágenes, audios o textos son sintéticos:

- **Imágenes y vídeos:** se entrenan modelos de aprendizaje profundo utilizando conjuntos de datos públicos (FaceForensics, ForgeryNet); y se recurre a redes como ResNets, EfficientNets y XceptionNets o Vision Transformers (ViT)<sup>42</sup>. Proyectos financiados por la Unión Europea también se dedican a investigar este aspecto (AI4Media4, vera.ai y AI4Trust6)<sup>43</sup>.
- **Audio:** se experimenta con sistemas de detección de suplantación de identidad; reconocimiento de emociones para detectar voces deepfake; e identificación de artefactos específicos en discursos falsificados; y también con nuevos modelos neuronales para la detección sintética del habla<sup>44</sup>.
- **Textos:** se utilizan enfoques basados en estilometría (para diferenciar los estilos de escritura únicos de los modelos de IA de los estilos humanos); aprendizaje profundo; estadísticas; y enfoques híbridos (combinan al menos dos enfoques)<sup>45</sup>. La mayoría de estos enfoques han sido entrenados y probados únicamente en contenidos en inglés. Por lo tanto, los textos generados por IA en otros idiomas pasan desapercibidos para las herramientas de detección.

<sup>37</sup> Goodman y Hashim (2023), Meaker (2023) y Reveland y Siggelkow (2023).

<sup>38</sup> *Deepfake video of Volodymyr Zelensky surrendering surfaces on social media (Telegraph, 2022).*

<sup>39</sup> Vykopal et al. (2023).

<sup>40</sup> Jawahar et al. (2020), Stiff y Johansson (2022) y Uchendu et al. (2023<sup>a</sup>).

<sup>41</sup> Barca (2023), Dobreva (2023), EDMO (2023) y Valik (2023).

<sup>42</sup> Chai et al. (2020), Haliassos et al. (2022), He et al. (2021) y Rossler et al. (2019).

<sup>43</sup> [www.ai4media.eu/](http://www.ai4media.eu/); <https://veraai.eu/>; <https://ai4trust.eu/>

<sup>44</sup> Conti et al. (2022), Cuccovillo, Gerhardt y Aichcroft (2023), Jung et al. (2022) y Tak et al. (2021).

<sup>45</sup> Gehrmann et al. (2019), Kumarage et al. (2023), Liu et al. (2022), Mitchell et al. (2023), Uchendu et al. (2021) y Zhong et al. (2020).

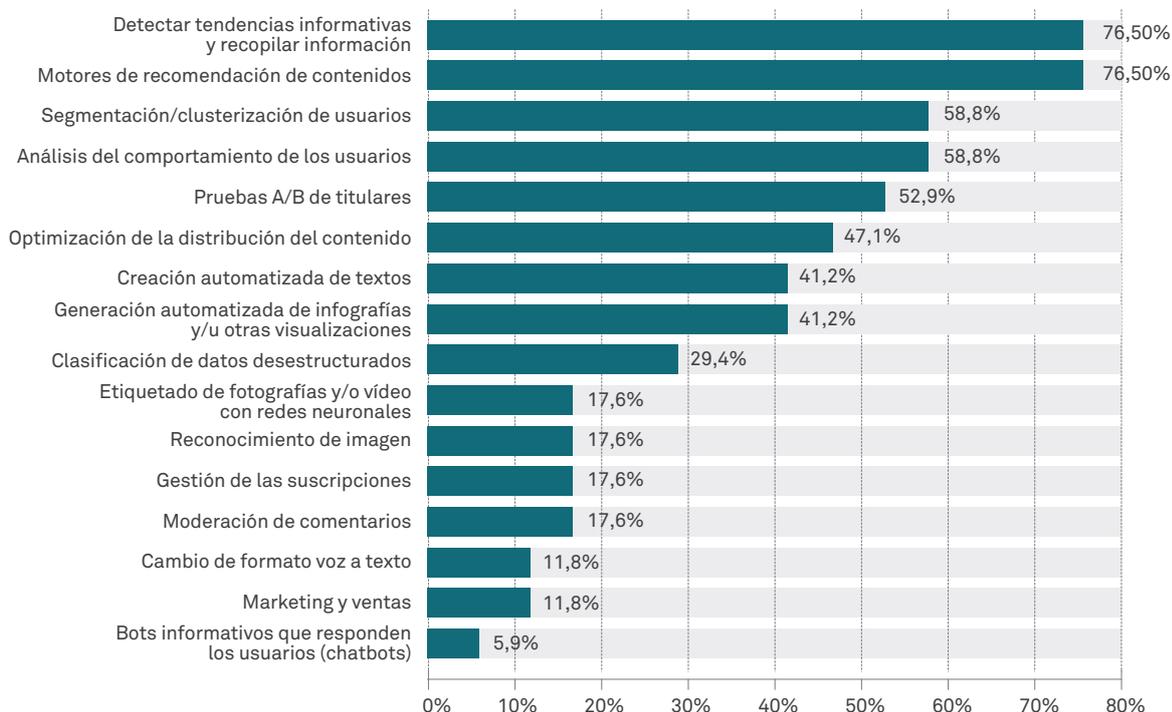
Los proyectos VIGILANT<sup>46</sup> y vera.ai están tratando de cubrir el vacío idiomático y trabajar en entornos multilingües. Por el momento, se ha visto que los sistemas de detección ajustados a datos de muchos idiomas, son más eficaces cuando tienen que analizar un texto generado en un idioma desconocido. La conclusión preliminar establece que los detectores basados en IA son capaces de identificar textos sintéticos largos (noticias, artículos de blogs), y esto facilita el trabajo de verificación. No obstante, pueden fallar si se introducen correcciones hechas por personas. En cambio, cuesta detectar la intervención de la IA si se trata de textos breves, como ocurre con las publicaciones de redes sociales. Esto es un problema, debido a la proliferación de bots impulsados por IA que generan contenidos en plataformas como X (antes Twitter).

<sup>46</sup> [www.vigilantproject.eu](http://www.vigilantproject.eu)

### 3.3. CONOCER A LA AUDIENCIA, DETECTAR TENDENCIAS Y PERSONALIZAR

La IA también se utiliza para detectar opiniones, emociones y temas que interesan a la audiencia, lo que permite, a su vez, adaptar el contenido y personalizar su difusión. De este modo, la tarea de curación que hace el medio es mucho más efectiva, porque se recomiendan contenidos acordes al gusto de cada persona. De hecho, estos usos están más generalizados que la creación automatizada de textos o la verificación, en parte, porque resulta más sencillo aplicarlos.

Según un estudio de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya<sup>48</sup>, estas son las funciones que los medios encuestados<sup>49</sup> conceden a la IA (o herramientas basadas en algoritmos), ordenadas de mayor a menor frecuencia de uso: detectar tendencias y recopilar información; recomendar contenidos; segmentar a la audiencia; analizar el comportamiento de usuarios/as; redactar titulares; optimizar la distribución; crear textos de forma automatizada; generar infografías u otras visualizaciones de forma automatizada; clasificar datos desestructurados; etiquetar fotografías y/o vídeo; reconocimiento de imagen; gestión de suscripciones; moderación de comentarios; cambio de voz a texto; marketing y ventas; y chatbots de atención al público.



Fuente: Fundació Consell de la Informació de Catalunya (FCIC).

<sup>48</sup> Encuesta para FCIC. Ventura (2021).

<sup>49</sup> Encuesta realizada en 2021 a representantes de 19 medios catalanes: TV3, Catalunya Ràdio, La Vanguardia, Ara, El Periódico, RTVE Catalunya, Betevé, RAC1, Sport, Mundo Deportivo, Segre, El 9 Nou, Europa Press Catalunya, El Punt Avui, Diari de Girona, Diari de Tarragona, RAC 105, ACN y Regió 7.

### 3.4. OTRAS APLICACIONES: PROGRAMAS SINTÉTICOS

El periodismo agudiza su ingenio para captar nuevos públicos o ampliar su oferta como servicio público. Las imágenes y sonidos generados con IA pueden ser grandes aliados si se emplean de modo creativo y constructivo. En España, RTVE está experimentando con un programa de música de RN3, presentado por un personaje recreado con IA. Este comunicador sintético se llama Hiperia, tiene la apariencia humana de un veinteañero y se desenvuelve como tal.



Fuente: RTVE

En 2022, ya hubo en antecedente en RTVE, con la creación del avatar Mapi, una suerte de muñeca virtual como copresentadora del programa de televisión La pizarra blanca<sup>50</sup>.



<sup>50</sup> [lapizarrablanca.com/blog/inteligencia-artificial-rtve-avatar-mapi/](https://lapizarrablanca.com/blog/inteligencia-artificial-rtve-avatar-mapi/)

También en España, en abril de 2023, una radio local de Cuenca anuncia el lanzamiento del primer programa de radio realizado con IA en España<sup>51</sup>. Se trata de Radio Serranía, que ha generado dos locutores virtuales que presentan el espacio La Semana, con noticias de proximidad de Talayuelas y los pueblos de la Serranía Baja. Los nombres de estos locutores esconden pistas sobre su origen: VIRTUdes casAL y VÍctor baRTUAL.



**Fuente:** La Semana, programa de *Radio Serranía* locutado por IA.

En el ámbito internacional, encontramos otro programa de radio presentado con IA en Polonia<sup>52</sup>. En China, se emiten informativos de televisión sintéticos, conducidos por presentadoras y presentadores generados con IA que ofrecen titulares y noticias de última hora 24/7 durante todo el año. Una de las últimas creaciones es esta presentadora del canal People's Daily<sup>53</sup>.



**Fuente:** *People's Daily*.

<sup>51</sup> [www.encastillalamanca.es/castilla-la-mancha-cat/cuenca/radio-de-cuenca-pionera-programa-radio-inteligencia-artificial/](http://www.encastillalamanca.es/castilla-la-mancha-cat/cuenca/radio-de-cuenca-pionera-programa-radio-inteligencia-artificial/)

<sup>52</sup> [www.eitb.eus/es/noticias/tecnologia/detalle/9273153/primer-programa-de-radio-presentado-por-inteligencia-artificial-en-polonia](http://www.eitb.eus/es/noticias/tecnologia/detalle/9273153/primer-programa-de-radio-presentado-por-inteligencia-artificial-en-polonia)

<sup>53</sup> [newsargenchina.ar/contenido/4392/una-periodista-creada-con-inteligencia-artificial-se-vuelve-viral-en-china](http://newsargenchina.ar/contenido/4392/una-periodista-creada-con-inteligencia-artificial-se-vuelve-viral-en-china)

También en China, la agencia *Xinhua* y televisiones como *Hunan TV* y *CCTV* han estado experimentando desde 2018 con presentadores robot alimentados con IA<sup>54</sup>.



Fuente: Xinhua

En España, Mediaset testea la creación de promos con IA. En 2023, un avatar del periodista Iker Jiménez protagonizó una promo de su programa *Cuarto Milenio*, emitida en *Horizonte*, otro espacio conducido por el mismo presentador. En la promo se utilizaron siete herramientas distintas de IA, como Chat GPT, Dreambooth, Stable Diffusion, Fotogrametría o Dalle-2<sup>55</sup>.



Fuente: Mediaset

<sup>54</sup> [www.xataka.com/robotica-e-ia/este-presentador-telediario-china-esta-generado-inteligencia-artificial-no-hace-nada-mal](http://www.xataka.com/robotica-e-ia/este-presentador-telediario-china-esta-generado-inteligencia-artificial-no-hace-nada-mal)

<sup>55</sup> [www.mediaset.es/comunicacion/television/20230426/mediaset-espana-estrena-primera-promo-television-creada-con-inteligencia-artificial-en-horizonte\\_18\\_09366597.html](http://www.mediaset.es/comunicacion/television/20230426/mediaset-espana-estrena-primera-promo-television-creada-con-inteligencia-artificial-en-horizonte_18_09366597.html)

# 4.

## NUEVOS PERFILES PROFESIONALES VINCULADOS A LA IA

La incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo está generando nuevos roles y perfiles profesionales que transforman la forma en que se produce, distribuye y consume el contenido periodístico. La IA, junto con tecnologías emergentes como el blockchain, el Big Data y los NFTs, está impulsando una revolución en el sector mediático, presentando tanto oportunidades como desafíos para los profesionales del periodismo<sup>56</sup>.

- 1. Editor de herramientas de IA:** Este rol se centra en supervisar y gestionar el contenido generado por la IA, asegurando que se mantengan los estándares de calidad y ética periodística. Los editores de IA también están involucrados en el desarrollo y ajuste de algoritmos que mejoran la producción de contenido y la interacción con la audiencia.
- 2. Analista de datos:** La capacidad de procesar y analizar grandes volúmenes de datos es esencial para descubrir tendencias, realizar investigaciones profundas y generar contenido relevante y personalizado. Los periodistas con habilidades en análisis de datos están mejor equipados para utilizar herramientas de IA que facilitan la exploración y visualización de información compleja.

Serán necesarios perfiles específicos que posean formación tecnológica avanzada y habilidades transversales. Esto implica una combinación de conocimientos periodísticos y competencias en tecnologías emergentes, incluida la IA, para maximizar el rendimiento de las nuevas herramientas en beneficio de un periodismo ético y de calidad.

Además, la ética emerge como un pilar fundamental en la relación entre la IA y el periodismo, conduciendo a la creación de roles dedicados a garantizar que el uso de estas tecnologías se alinee con los principios periodísticos. La implementación de comités éticos y la adopción de prácticas como la transparencia respecto al uso de la IA en la creación de contenido son ejemplos de cómo los medios pueden equilibrar la innovación tecnológica con la responsabilidad social. Este enfoque no solo busca preservar la confianza del público en los medios digitales, sino también explorar cómo la IA puede fortalecer el periodismo, permitiendo a los profesionales concentrarse en tareas de mayor valor como la investigación profunda y el análisis crítico, asegurando así que la tecnología actúe como un complemento y no como un sustituto del juicio humano.

<sup>56</sup> Rojas-Torrijos, J. L., y Herrera-Damas, S. (2023). Ver también Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (IBERIFIER): <https://iberifier.eu/2024/01/10/iberifier-reports-analysis-of-trends-and-innovations-in-the-media-ecosystem-in-spain-and-portugal-2025-2030/>

# GUÍA DE APLICACIONES DE IA EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS

La IA puede automatizar la recopilación y el análisis de datos, permitiendo a los periodistas procesar grandes cantidades de información de manera rápida y eficiente. Esto incluye la búsqueda y el filtrado de noticias relevantes, el análisis de tendencias y patrones en redes sociales, y la identificación de temas emergentes. Además, la IA puede asistir en la creación de contenido inicial, proponiendo estructuras de artículos o reportajes basados en los datos recopilados.

En la fase de documentación, la IA desempeña un papel crucial en la verificación de hechos y la autenticación de fuentes. Puede comparar rápidamente información de diferentes fuentes, identificar discrepancias o inexactitudes y sugerir correcciones o áreas que requieren una investigación más profunda. Esto es particularmente útil en un entorno mediático donde la rapidez es esencial, pero sin sacrificar la precisión y la fiabilidad. En resumen, la IA no solo optimiza los procesos de trabajo en el periodismo, sino que también refuerza la integridad y la profundidad del contenido periodístico.

# PREPRODUCCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

## 1. TRANSCRIPCIONES Y TRADUCCIONES AUTOMÁTICAS

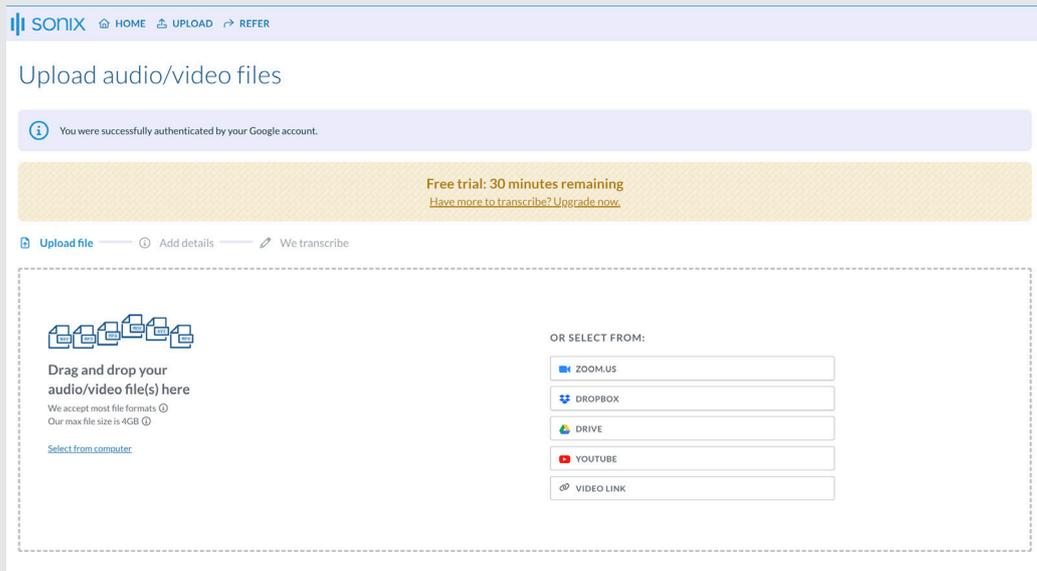
Estas aplicaciones de IA permiten registrar entrevistas y videoconferencias, transcriben la voz a texto en tiempo real, mientras hablamos, y generan de forma automática resúmenes escritos de la conversación. Identifican las voces de los diferentes participantes, de manera que clasifican la transcripción señalando qué frases dice cada persona, con códigos de tiempo. Además de conversaciones en tiempo real, estas apps permiten transcribir archivos de audio y vídeo, como podcasts, webinars o documentales. Algunas de estas herramientas ofrecen la posibilidad de subtitar vídeos.

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Idiomas	Aplicaciones vinculables
 <b>sonix</b>	<a href="https://sonix.ai">Sonix.ai</a>	Pago Prueba gratis 30 minutos	Español, Catalán, Inglés, Francés, Alemán, Otros.	YouTube Zoom Dropbox Google Drive
 <b>MeetGeek</b>	<a href="https://MeetGeek.ai">MeetGeek.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Español, Catalán, Gallego, Euskera, Inglés, Francés, Alemán, Otros.	Zoom MS Teams Google Meet Google Drive Slack
<b>Amberscript</b>	<a href="https://Amberscript">Amberscript</a>	Pago Prueba gratis 10 minutos	Español, Catalán, Gallego, Inglés, Francés, Alemán, Otros.	YouTube
 <b>notta.</b>	<a href="https://Notta.ai">Notta.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Español, Catalán, Inglés, Alemán, Francés, Otros.	YouTube Zoom MS Teams Google Meet Chrome
<b>trint</b>	<a href="https://Trint">Trint</a>	Pago Prueba gratis 7 días	Español, Catalán, Gallego, Euskera, Inglés, Alemán, Francés, Otros.	Zoom YouTube Slack Google Drive Adobe Premiere

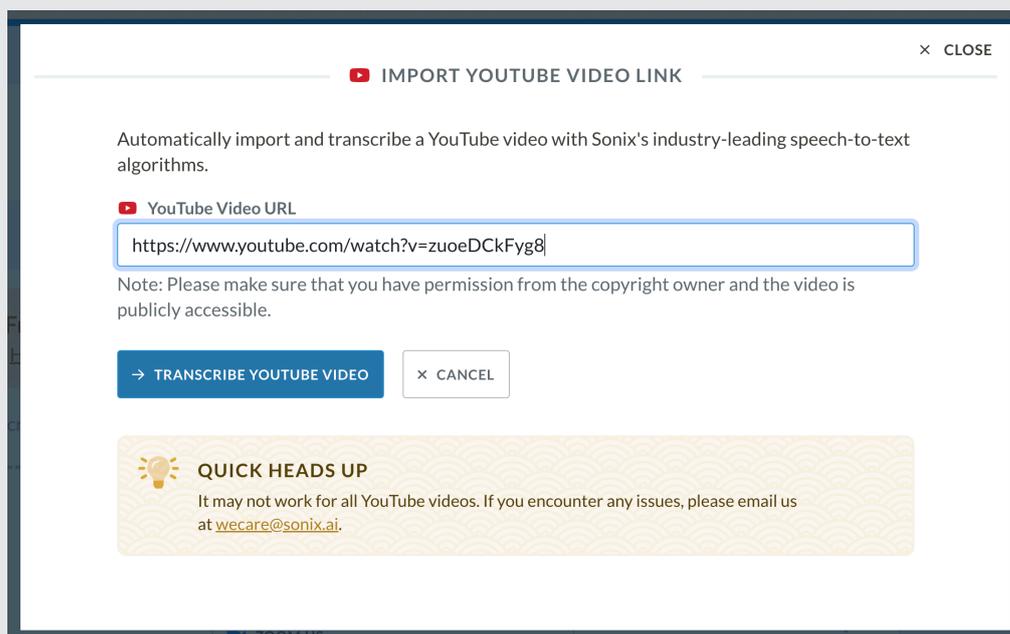
# TUTORIAL. TRANSCRIPCIÓN DE VOZ A TEXTO

## Sonix

Después de registrarse en la aplicación con una cuenta de correo, se accede al servicio. En la primera pantalla se ofrecen dos opciones: subir el archivo con el audio que se quiere transcribir o seleccionar el enlace a la plataforma donde se aloja el archivo de audio o vídeo (Zoom, Dropbox, Drive, YouTube).



Para desarrollar este ejemplo se ha seleccionado un vídeo de YouTube, concretamente, un reportaje televisivo de cinco minutos en valenciano de *À Punt Media*. Después de introducir el enlace o URL, se hace clic en “Transcribe YouTube Video” para continuar. De este modo, además de comprobar la eficiencia de la transcripción, se pretende observar su fiabilidad cuando se trata de voces en una lengua cooficial.



En el siguiente paso, la aplicación solicita que se seleccione el idioma del audio original del vídeo. En este caso, se despliega un menú de opciones con todas las posibilidades disponibles y se selecciona el idioma correspondiente. Para continuar, se hace clic en el botón azul inferior.

The screenshot shows the Sonix web interface. At the top, there are navigation links: HOME, UPLOAD, and REFER. Below the navigation, there are status indicators: 'Upload file', 'Add details', and 'We transcribe'. The main heading is 'Step 1: File uploaded – scroll down'. Below this, there is a text input field containing the URL 'https://www.youtube.com/watch?v=zuoeDckFyg8'. A progress indicator shows '100% Uploaded' with a 'Remove' button. A message box asks 'Need to upload multiple files at a time? Please upgrade your account.' Below this is 'Step 2: Details'. A dropdown menu is set to 'Catalan' with a flag icon. There is a checkbox for 'Auto-detect and label speakers' which is checked. At the bottom, there is a large blue button labeled 'TRANSCRIBE IN CATALAN →'.

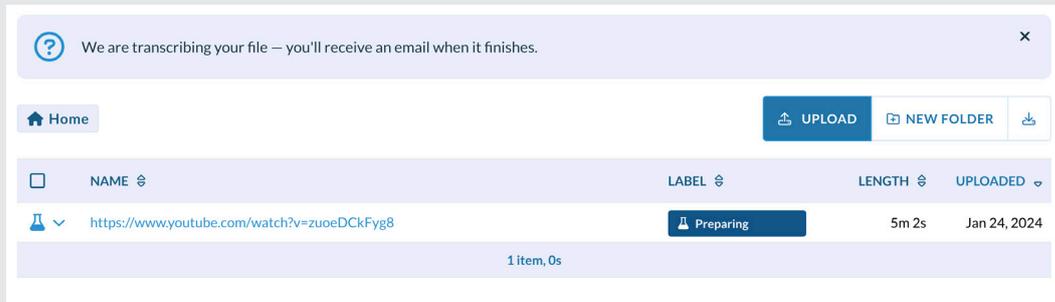
Después, la aplicación pregunta algunos detalles para proporcionar la mayor calidad posible. Por ejemplo, pregunta si hay ruido de fondo (*background noise*), si las voces se han captado con micrófonos a poca distancia (*speakers close to the microphone*), si hablan sin solaparse, no al mismo tiempo (*speakers talking one at a time*), y vsi se expresan con claridad (*talking clearly*). Se trata de marcar las opciones que se cumplen antes de hacer clic en “Transcribe Now”.

The dialog box is titled 'TRANSCRIBING YOUR FIRST FILE' and has a 'CLOSE' button in the top right corner. The main heading is 'A few quick questions...'. Below this, there are several questions with checkboxes:
 

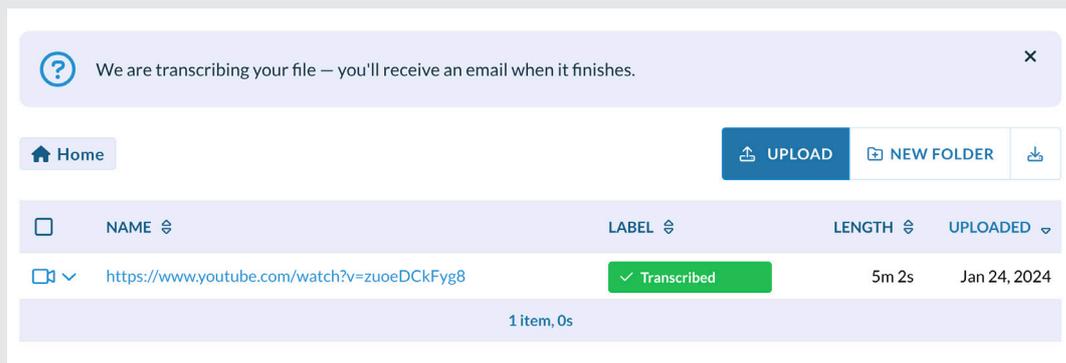
- Language: For the file you just uploaded...
  - ...is Catalan the language spoken?
- Quality: Our speech-to-text algorithms are best in class. However, to get the most accurate transcript, uploading high quality audio helps tremendously. For the file you just uploaded...
  - ...is the audio free from background noise?
  - ...are speakers close to the microphone?
  - ...are speakers talking one at a time?
  - ...are speakers talking clearly?

 Below the questions, there is a message box with a birthday cake icon: 'LOOKING GOOD... VERY GOOD! Thanks for uploading high quality audio. You'll be impressed with the accuracy of the transcript and how fast you'll receive it. Buckle your seatbelts!'. At the bottom, there are two buttons: '→ TRANSCRIBE NOW' and '× CANCEL'.

Cuando empieza el proceso automático de transcripción, se señala que el archivo con el resultado llegará al correo electrónico.



Finalizada la tarea, se pasa de “Preparing” (en proceso) a “Transcribed” (transcrito), como puede apreciarse en el botón verde de la pantalla.

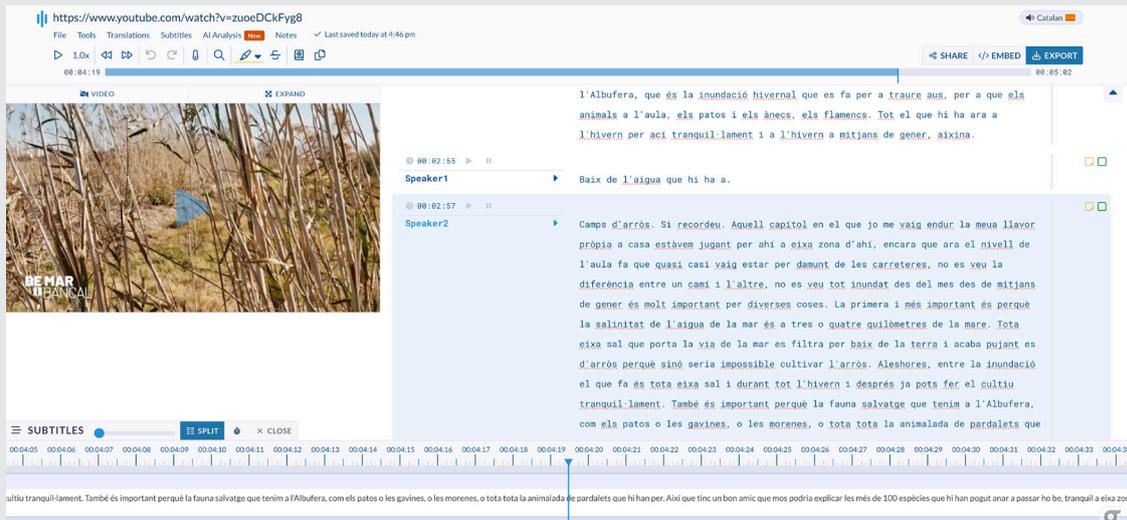


Este es el resultado de la transcripción. El nivel de correspondencia del texto con la voz en off y las declaraciones del reportaje es bastante elevado. Aunque se detectan pequeños desajustes en palabras sueltas, se constata una elevada eficiencia.

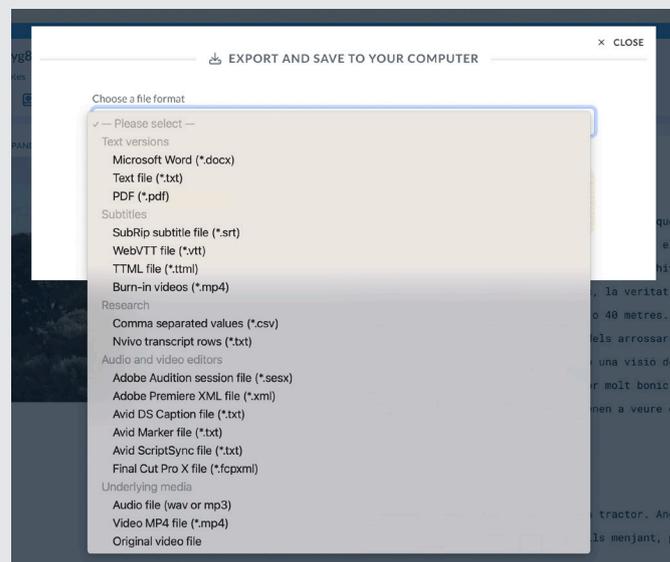
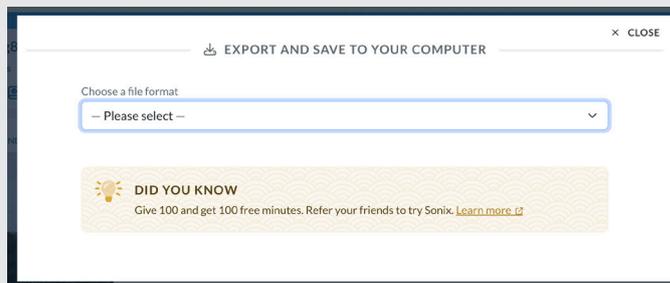
The screenshot shows a video player with a transcript overlay. The video is titled "DE MAR BANDAL" and shows a landscape with a white building. The transcript is as follows:

- 00:00:06 - Speaker1: On ens has portat Nando.
- 00:00:08 - Speaker2: Apartat de la muntanya dels Sants, un entorn que tens al mig de la marjal, que és un entorn idíl·lic que tens ací, al mig de tot el arrossar de Sueca i que des d'ací dalt es veu ara com ha estat tota la inundació hivernal de la muntanya dels arrossars. I és un paratge molt bonic. La veritat. La gent de fora se'n burla perquè la Muntanya ja no tindrà més de 30 o 40 metres. I així d'altres zones de l'ermita de la Pedra, que són els protectors dels arrossars de Sueca del Pablo. Des de Sí sabeu els arrossars de Sueca. Tot amb una visió de 360 graus de tots els arrossars i l'ermita de la Pedra. Tens un mirador molt bonic que té ganes i curiositat i li agrada tots els paisatges. Aquests vénen a veure què hi ha darrere.
- 00:01:02 - Speaker1: Mira, quan.
- 00:01:04 - Speaker2: Acaben de passar per alt que hi ha un tractor. Angoixant i angoixant. Tens bandades de gavines o de monstros darrere d'ells menjant, picotejant?
- 00:01:24 - Speaker1: Quantes hectàrees d'arrossar hi ha en esta zona.
- 00:01:27 - Speaker2: Si no en falla la memòria, amb 15.000 hectàrees en el terme municipal de Sueca, pràcticament tot s'ha engraiat perquè ara l'aula del que és tot el que rega la stquia de la Sèquia Nova, que és tota la part de la Socarrada, el Ràfol, la Llonga, part del terme, ara està a la Bataller. I si no passa res, d'ací al mes de febrer o març es quedaran per a poder treballar la terra.
- 00:01:50 - Speaker1: Des d'ací es veu l'albufera.
- 00:01:52 - Speaker2: L'albufera està més allà i si voleu, ara onrem allí. Vos ensenyare el que és la Pirellonet, que és una

La aplicación identifica las dos voces presentes en el vídeo (speaker 1: periodista; y speaker 2: fuente entrevistada), e incluye los códigos de tiempo y la duración de cada fragmento. También permite realizar anotaciones en el margen derecho. Además, en la parte inferior se puede activar una opción para visualizar la subtitulación del vídeo.



Esta herramienta permite exportar tanto el texto de la transcripción como los subtítulos en diferentes formatos, disponibles en un menú desplegable, como .docx, .pdf, .srt, .vtt o .csv, entre otros.



Esta es una muestra de la exportación de la transcripción en .docx que se envía al correo de la persona que ha solicitado la transcripción.

<https://www.youtube.com/watch?v=zuoeDCKFyg8>

**Speaker1:** [00:00:06] On ens has portat Nando.

**Speaker2:** [00:00:08] Apartat de la muntanyeta dels Sants, un entorn que tenim al mig de la marjal, que és un entorn idíl·lic que tenim ací, al mig de tot el arrossar de Sueca i que des d'ací dalt es veu ara com ha estat tota la inundació hivernal de la muntanyeta dels arrossars. I és un paratge molt bonic, la veritat. La gent de fora se'n burla perquè la Muntanyeta ja no tindrà més de 30 o 40 metres. I així d'altres zones de l'ermita de la Pedra, que són els protectors dels arrossars de Sueca del Pablo. Des de Si sabeu els arrossars de Sueca. Tot amb una visió de 360 graus de tots els arrossars i l'ermita de la Pedra. Tenim un mirador molt bonic que té ganes i curiositat i li agrada tots els paisatges. Aquests vénen a veure què hi ha darrere.

**Speaker1:** [00:01:02] Mira, quan.

**Speaker2:** [00:01:04] Acabem de passar per allt que hi ha un tractor. Angoixant i angoixant. Tens bandades de gavines o de monitors darrere d'ells menjant, picotejant?

**Speaker1:** [00:01:24] Quantes hectàrees d'arrossar hi ha en esta zona.

**Speaker2:** [00:01:27] Si no em falla la memòria, amb 15.000 hectàrees en el terme municipal de Sueca, pràcticament tot s'ha engreixat perquè ara l'aula del que és tot el que rega la sèquia de la Sèquia Nova, que és tota la part de la Socarrada, el Ràfol, la Llonga, part del terme, ara està a la Batallar. I si no passa res, d'ací al mes de febrer o març es quedaran per a poder treballar la terra.

**Speaker1:** [00:01:50] Des d'ací es veu l'Albufera.

**Speaker2:** [00:01:52] L'albufera està més allà i si voleu, ara anirem allí. Vos ensenyaré el que és la Perellonet, que és una cosa, una inundació hivernal que es fa en el fons molt bonica i l'Albufera darrere del fondo. Acompanyeu me. Allà al fons tenim el Perelló, el Perellonet, les Dunes del Saler i darrere l'ullal de Baldoví i l'Albufera. Al Fondo, entre el que és al costat del Palmar, entre València i Sueca. Això és el nivell de perdonar. Això significa que ara mateix tots dos camps que en condicions normals estan per baix

<https://www.youtube.com/watch?v=zuoeDCKFyg8>

**Speaker1:** [00:00:06] On ens has portat Nando.

**Speaker2:** [00:00:08] Apartat de la muntanyeta dels Sants, un entorn que tenim al mig de la marjal, que és un entorn idíl·lic que tenim ací, al mig de tot el arrossar de Sueca i que des d'ací dalt es veu ara com ha estat tota la inundació hivernal de la muntanyeta dels arrossars. I és un paratge molt bonic, la veritat. La gent de fora se'n burla perquè la Muntanyeta ja no tindrà més de 30 o 40 metres. I així d'altres zones de l'ermita de la Pedra, que són els protectors dels arrossars de Sueca del Pablo. Des de Si sabeu els arrossars de Sueca. Tot amb una visió de 360 graus de tots els arrossars i l'ermita de la Pedra. Tenim un mirador molt bonic que té ganes i curiositat i li agrada tots els paisatges. Aquests vénen a veure què hi ha darrere.

**Speaker1:** [00:01:02] Mira, quan.

**Speaker2:** [00:01:04] Acabem de passar per allt que hi ha un tractor. Angoixant i angoixant. Tens bandades de gavines o de monitors darrere d'ells menjant, picotejant?

**Speaker1:** [00:01:24] Quantes hectàrees d'arrossar hi ha en esta zona.

**Speaker2:** [00:01:27] Si no em falla la memòria, amb 15.000 hectàrees en el terme municipal de Sueca, pràcticament tot s'ha engreixat perquè ara l'aula del que és tot el que rega la sèquia de la Sèquia Nova, que és tota la part de la Socarrada, el Ràfol, la Llonga, part del terme, ara està a la Batallar. I si no passa res, d'ací al mes de febrer o març es quedaran per a poder treballar la terra.

**Speaker1:** [00:01:50] Des d'ací es veu l'Albufera.

**Speaker2:** [00:01:52] L'albufera està més allà i si voleu, ara anirem allí. Vos ensenyaré el que és la Perellonet, que és una cosa, una inundació hivernal que es fa en el fons molt bonica i l'Albufera darrere del fondo. Acompanyeu me. Allà al fons tenim el Perelló, el Perellonet, les Dunes del Saler i darrere l'ullal de Baldoví i l'Albufera. Al Fondo, entre el que és al costat del Palmar, entre València i Sueca. Això és el nivell de perdonar. Això significa que ara mateix tots dos camps que en condicions normals estan per baix

## 2. DETECCIÓN DE TENDENCIAS Y DESCUBRIMIENTO DE NOTICIAS

Estas herramientas de IA monitorean el entorno digital para detectar tendencias sobre los temas que más se discuten, los perfiles con más influencia o los contenidos con más impacto, es decir, aquellos que se comparten, comentan o visualizan más veces. Algunas también rastrean las menciones de tu medio o empresa en otros medios, redes sociales o páginas web. También aprenden a clasificar menciones relevantes relacionadas con el tema de la búsqueda, e incluso pueden determinar si el tono de las menciones es positivo, negativo o neutro. En resumen, automatizan la escucha social (monitorizan, detectan y analizan temas, sentimientos y opiniones en tiempo real) y el estudio del impacto (viralidad) de los temas y contenidos. Con la información obtenida, ofrecen resúmenes, informes, gráficas, tablas y otros recursos.

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Idiomas	Aplicaciones vinculables
 Exorde	<a href="https://Exorde.io">Exorde.io</a>	Pago Crédito de uso gratuito para probarla	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Analítica</li> <li>Especializada en medios</li> </ul>
 NEWSWHIP	<a href="https://NewsWhip">NewsWhip</a>	Pago Demo bajo demanda	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Especializada en medios</li> </ul>
 Dataminr®	<a href="https://Dataminr">Dataminr</a>	Pago Demo bajo demanda	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Especializada en medios</li> </ul>
 Meltwater	<a href="https://Meltwater">Meltwater</a>	Pago Demo bajo demanda	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Analítica</li> </ul>
 Talkwalker	<a href="https://Talkwalker">Talkwalker</a>	Pago Demo bajo demanda	Español, Inglés, Alemán, Francés, Italiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Analítica</li> <li>Reconocimiento visual</li> <li>Análisis de voz</li> <li>Rastreo de información</li> </ul>
 Brandwatch	<a href="https://Brandwatch">Brandwatch</a>	Pago Demo bajo demanda	Español, Inglés, Alemán, Francés, Italiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escucha social</li> <li>Analítica</li> <li>Reconocimiento visual</li> <li>Rastreo de información</li> </ul>

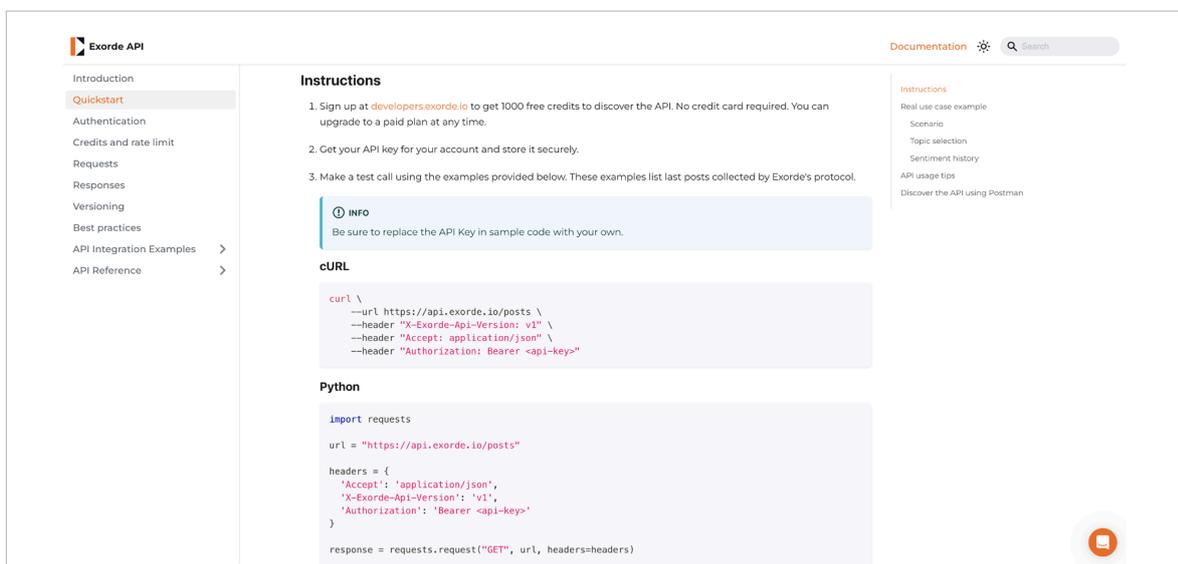
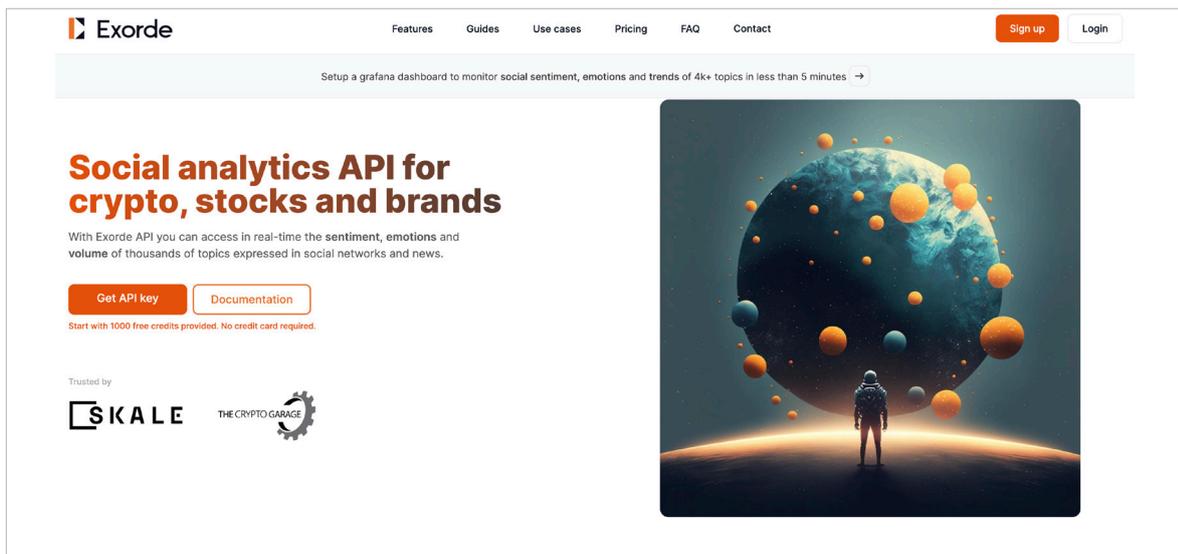
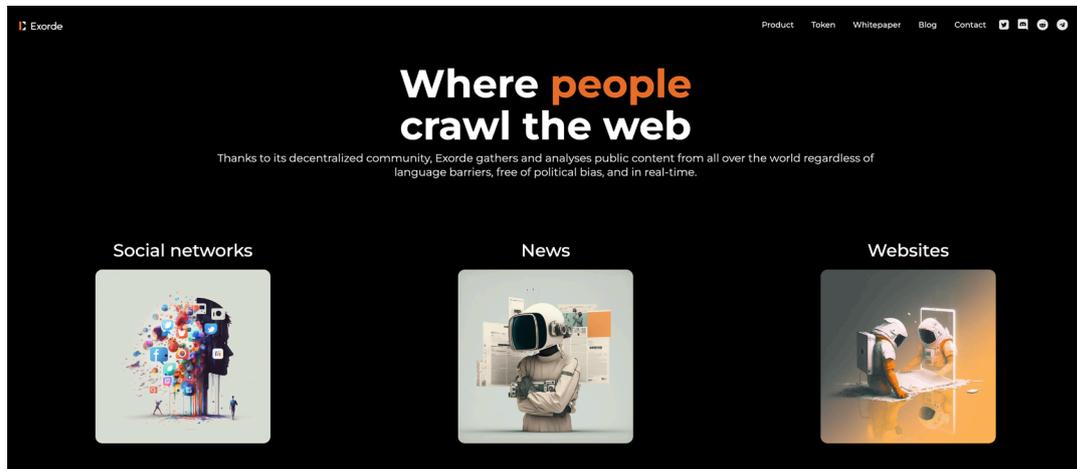
Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Idiomas	Aplicaciones vinculables
 <b>sproutsocial</b>	<a href="https://sproutsocial.com">Sproutsocial</a>	Pago Prueba gratis 30 días Demo bajo demanda	Español, Inglés, Alemán, Francés, Italiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha social</li> <li>• Analítica</li> </ul>
 <b>TrendSights</b>	<a href="https://trendsights.com">Trendsights</a>	Pago Demo bajo demanda	Español	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha social</li> <li>• Analítica</li> <li>• Reconocimiento visual</li> </ul>
<b>QUID</b>	<a href="https://quid.com">Quid</a>	Pago Demo bajo demanda	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha social</li> <li>• Analítica</li> <li>• Reconocimiento visual</li> </ul>
<b>BRAND24</b>	<a href="https://brand24.com">Brand24</a>	Pago Prueba gratis 14 días	Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha social</li> <li>• Analítica</li> <li>• Análisis de voz</li> </ul>

Además de analizar noticias y textos de redes sociales y páginas web, algunas de estas herramientas reconocen fotografías, vídeos y voces, lo que hace posible ampliar la monitorización a contenidos de radio, televisión y podcasts. En el caso de las imágenes, las más avanzadas son capaces de detectar objetos, escenas, personas y actividades incluidas en las fotografías. Esto permite hacer el seguimiento de sentimientos y opiniones vinculadas a un logo o fotografía, y comprender cómo, cuándo y dónde interactúan las personas con el contenido de esa imagen.

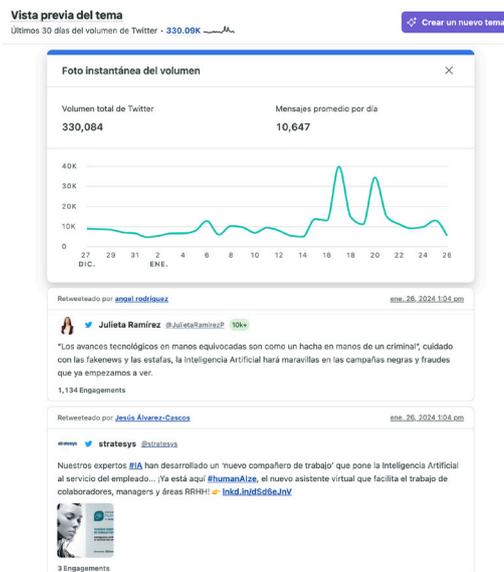
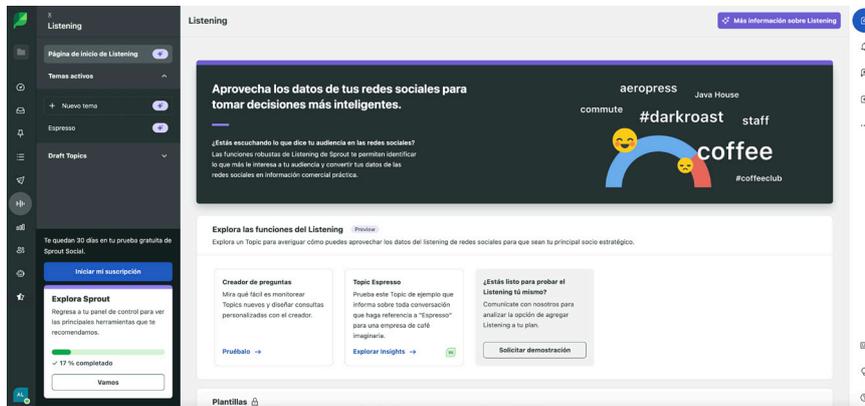
Toda esta información es útil para recopilar datos e información valiosa, conocer las preferencias de la audiencia y diseñar estrategias que mejoren la visibilidad y distribución de contenidos propios, la creación de marca y la gestión de la reputación. Estas herramientas pueden clasificarse en dos grandes grupos, según su ámbito prioritario de actividad: especializadas en medios de comunicación y especializadas en marketing digital. Como inconveniente, suelen ser de pago y con precios elevados.

- Entre las herramientas enfocadas a optimizar el trabajo de los medios de comunicación en la identificación de tendencias, se destaca el caso de **Exorde**, que ofrece, a modo de prueba gratuita, la posibilidad de ejecutar su código con una cantidad limitada de búsquedas.
- Respecto a las herramientas que usan IA para conocer mejor los intereses de la audiencia en redes sociales, se destaca **Sprout Social**, porque cuenta con interfaz en español y permite realizar una prueba gratuita.

## EXORDE. Capturas de la aplicación



## SPROUT SOCIAL. Capturas de la aplicación



Para probar el resto de herramientas de escucha social propuestas es necesario solicitar una demostración a la empresa. Algunas anuncian prestaciones muy interesantes que valdría la pena explorar, como Brandwatch y Talkwalker. Por otro lado, existen otras herramientas gratuitas que, aunque no usan IA, permiten monitorizar redes sociales, como CrowdTangle o Google Trends.

### 3. VERIFICACIÓN DE FUENTES Y NOTICIAS

Algoritmos de IA pueden analizar el contenido de artículos, publicaciones en redes sociales y otros medios para identificar patrones que son comunes en las noticias falsas. Utilizan técnicas como el procesamiento del lenguaje natural (NLP) para comprender el texto, y a menudo se entrenan con grandes conjuntos de datos que incluyen ejemplos de noticias verdaderas y falsas.

La tendencia actual es el desarrollo de aplicaciones propias en las que la empresa de comunicación entrena a su propio algoritmo. Algunos medios y agencias de noticias están usando sus herramientas de verificación, aunque no son accesibles al público. Un ejemplo de ello es **Claim Check / Claim Hunter** (Newtral y ABC Australia)<sup>57, 58</sup>, una herramienta de detección de afirmaciones falsas que alerta a los periodistas por Slack. De momento está testeada con búsqueda de afirmaciones en Twitter.

Otras herramientas desarrolladas en el marco de proyectos internacionales pueden ser adquiridas por medios de comunicación. Se trata de opciones concebidas para que los medios las compren e integren en su flujo de trabajo. Así son los servicios que ofrecen las plataformas Factiveuse y Full Fact.

Factiveuse 

**Factiveuse.ai** es una plataforma que integra herramientas para la verificación de la información.

- Detecta oraciones factuales en más de 40 idiomas y realiza búsquedas en tiempo real en fuentes públicas, priorizando resultados creíbles sin influencia de SEO o búsquedas pagadas.
- Proporciona acceso a fact-checks desde 1991, con actualizaciones en tiempo real de organizaciones certificadas.
- Ofrece contexto inmediato: explicaciones para términos complejos y jerga específica de la industria.
- Herramienta de pago. Prueba gratuita.

<sup>57</sup> [www.newtral.es/claimcheck-herramienta-mentiras-repetidas/20221221/](http://www.newtral.es/claimcheck-herramienta-mentiras-repetidas/20221221/)

<sup>58</sup> Documentación sobre ClaimCheck: [claimcheck.notion.site/claimcheck/ClaimCheck-e7635ca18d724733be7c9239bd9bcdaf](https://claimcheck.notion.site/claimcheck/ClaimCheck-e7635ca18d724733be7c9239bd9bcdaf)



**Full Fact** es una plataforma que automatiza el proceso de verificación.

- Recopila datos de discursos en tiempo real, noticias y redes sociales, y los desglosa en afirmaciones que contienen cantidades, tendencias futuras o causas y efectos de un hecho, para su posterior análisis.
- Filtra afirmaciones por tema y las compara con verificaciones previas, utilizando técnicas avanzadas como el análisis de entidades (marcas, instituciones) y modelos de coincidencia.
- Realiza verificaciones en tiempo real, comparando con datos estadísticos oficiales.
- Herramienta de pago. Prueba bajo demanda.

La clave de estas tecnologías es su capacidad para manejar grandes volúmenes de información de manera rápida y eficiente, lo que permite una mayor celeridad y precisión en la verificación de información. Sin embargo, es importante destacar que la IA no es infalible y su eficacia depende de la calidad de los datos con los que se entrena y de los algoritmos utilizados. La verificación final y el juicio crítico por profesionales siguen siendo esenciales.

#### **Seguir la pista:**

Existen proyectos europeos como [Vera.ai](#) que están desarrollando recursos basados en la IA para la lucha contra la desinformación. Parte de sus responsables participaron también en el proyecto [InVID-WeVerify](#), una iniciativa que reúne distintas herramientas para realizar verificaciones digitales (sin IA de momento).

A nivel nacional, una de las referencias es [iVeres](#), que está desarrollando una herramienta de inteligencia artificial que ayude a detectar informaciones falsas.

# TUTORIAL. VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

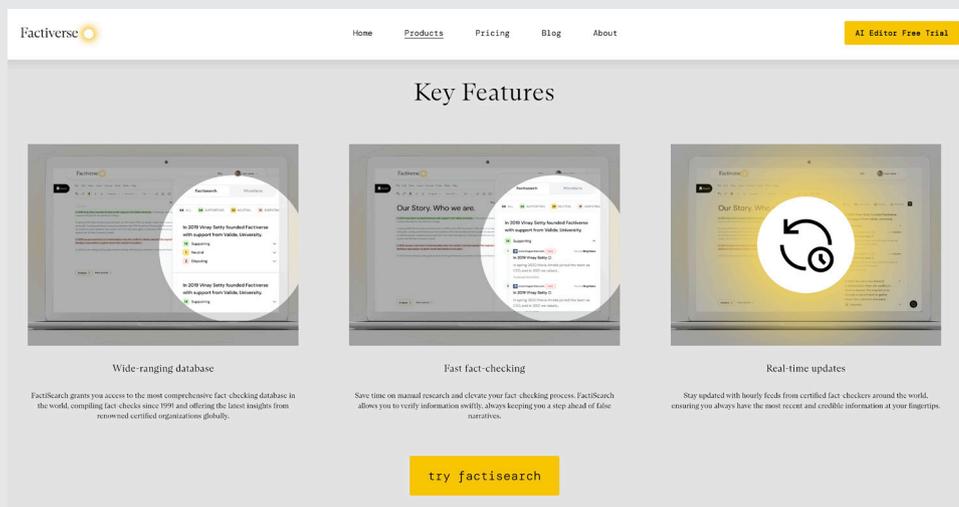
## FACTIVERSE

Proporciona tres servicios: **FactiSearch**, **AI Editor** y **Microfacts**.

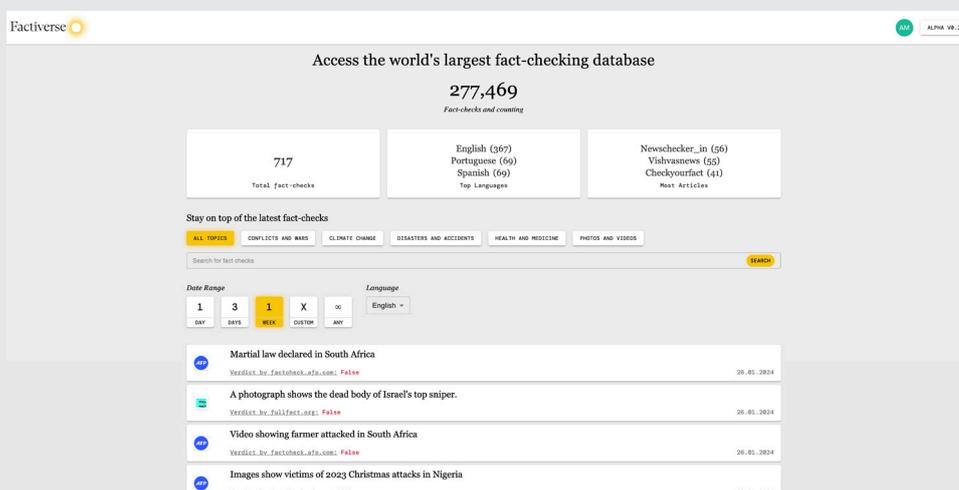
### 1. FactiSearch

Esta herramienta contiene una amplia base de datos con más de 270.000 informaciones ya verificadas por medios de comunicación o entidades dedicadas al fact-checking. La interfaz de la web está en inglés, pero permite buscar y analizar contenidos en otros idiomas.

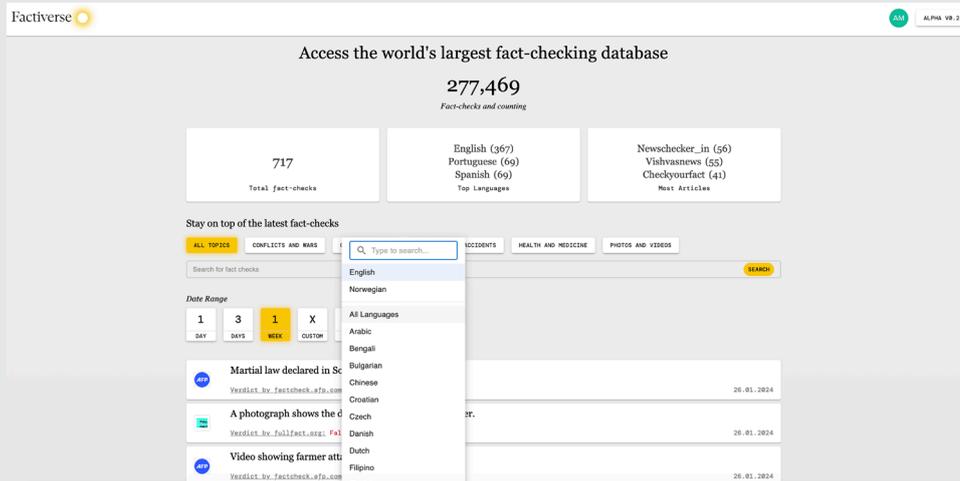
Los contenidos verificados se etiquetan en secciones como “conflictos y guerras”,



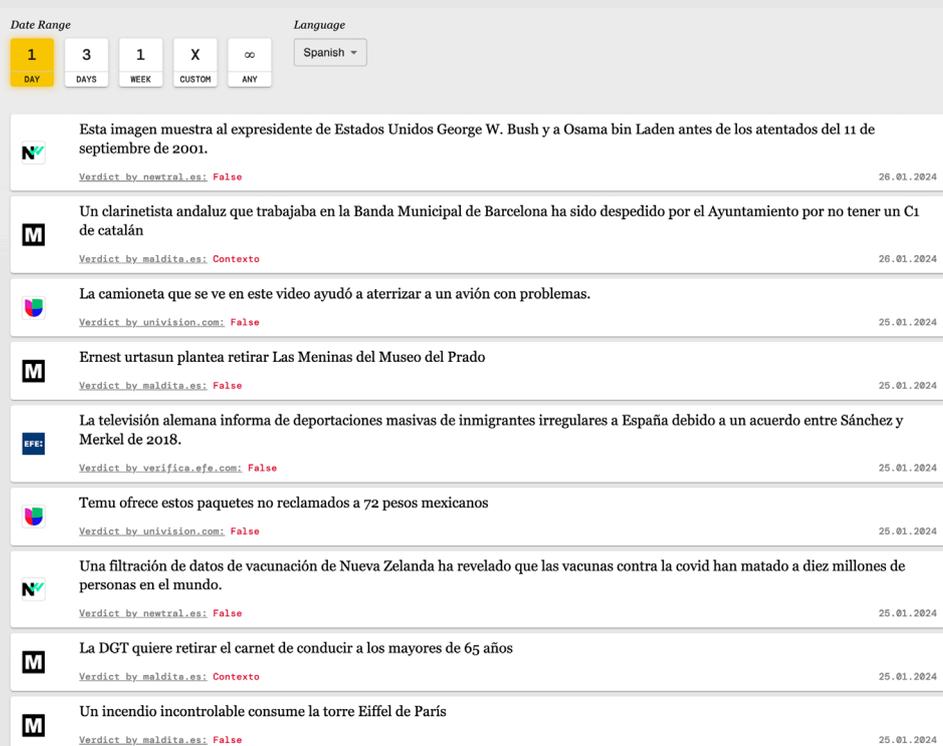
“cambio climático”, “medicina y salud” o “fotos y vídeos”, aunque también se puede buscar mediante palabras clave. La búsqueda se puede filtrar por idioma y fechas, de manera que se pueden localizar fact-checks en un determinado idioma y durante un periodo concreto de tiempo. Por ejemplo, la siguiente imagen muestra las verificaciones en inglés de la última semana.



Es posible hacer búsquedas específicas en más de 40 idiomas o una búsqueda global en cualquier idioma (All Languages).



Esta otra búsqueda rastrea verificaciones sobre contenidos en español registradas en las últimas 24 horas. Como puede apreciarse, se trata de comprobaciones que han realizado entidades como Newtral, Maldita, EFE o Univisión, entre otras.



Se pueden realizar búsquedas de temas propios. En este ejemplo se han buscado verificaciones sobre Inteligencia Artificial.

Stay on top of the latest fact-checks

Estas son las noticias falsas más destacadas sobre Inteligencia Artificial en español desde enero de 2023. Para conseguir más resultados sería necesario adquirir una versión de pago de Factiveer.

Stay on top of the latest fact-checks

**Date Range**
**Language**

Spanish ▾

DAY   DAYS   WEEK   CUSTOM   ANY

Here are the most relevant fact-checks for *INTELIGENCIA ARTIFICIAL*.

	La imagen de Pedro Sánchez con el móvil en el Senado está generada con inteligencia artificial	Verdict by maldita.es: <b>False</b>	07.07.2023
	La imagen de Pedro Sánchez con el móvil en el Senado está generada con inteligencia artificial	Verdict by maldita.es: <b>False</b>	07.07.2023
	La foto de Letizia publicada por Jaime del Burgo ha sido creada con inteligencia artificial.	Verdict by maldita.es: <b>Contexto</b>	12.05.2023
	El presidente Andrés Manuel López Obrador promociona esta plataforma de inversiones que opera con inteligencia artificial.	Verdict by univision.com: <b>False</b>	09.03.2023

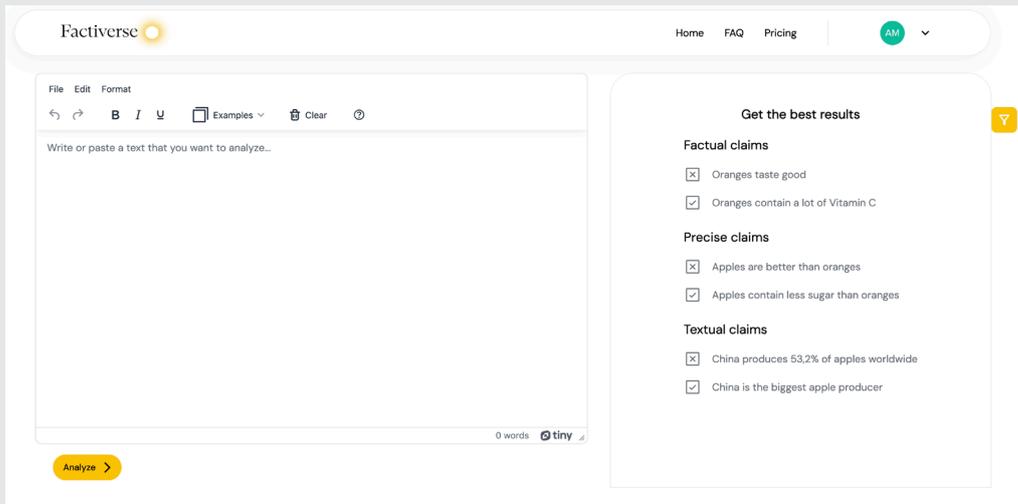
Respecto a cada contenido, se señala si es falso, verdadero o parcialmente falso/verdadero. Además, se ofrece el enlace a la fuente que ha verificado la información, para conocer la argumentación de cada veredicto. A continuación, se ejecuta una búsqueda sobre el mismo tema y durante el mismo periodo, pero en contenidos en inglés (con el término Artificial Intelligence). El resultado recoge contenidos verificados por fact-checkers como Politifact, Full Fact, Snopes, Check Your Fact, Agence France-Press y Associated Press, entre otros.

Here are the most relevant fact-checks for ARTIFICIAL INTELLIGENCE

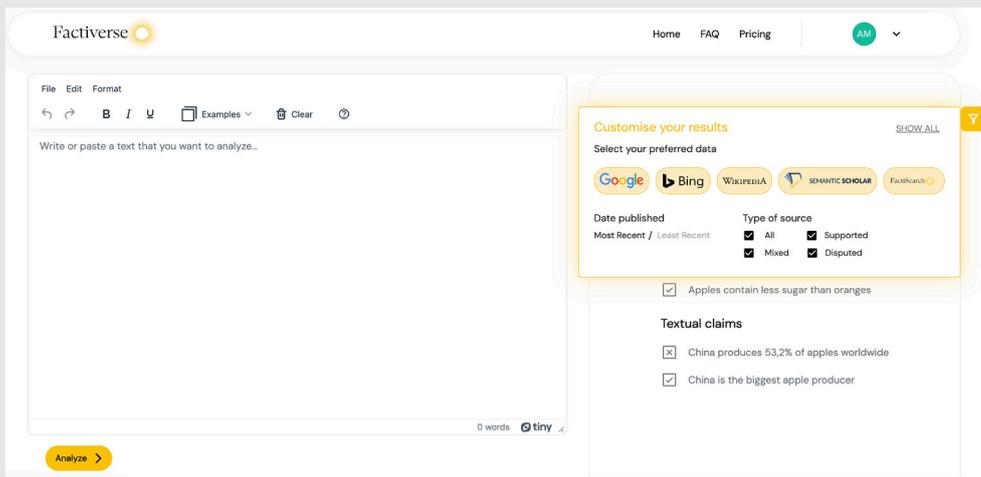
	The Lincoln Project is “using A.I. (Artificial Intelligence)” in its “television commercials.”	Verdict by <a href="#">politifact.com</a> : <b>False</b>	19.12.2023
	Zoom terms of service now require you to allow artificial intelligence to train on all your data—including audio, facial recognition and private conversations—with no opt out.	Verdict by <a href="#">fullfact.org</a> : <b>False</b>	19.09.2023
	Post Claims Image Showing Ukrainian Losses Is Generated By Artificial Intelligence	Verdict by <a href="#">checkyourfact.com</a> : <b>False</b>	19.06.2023
	A US Air Force-trained artificial intelligence (AI) powered drone “attacked” its human operators and communications towers during a simulation.	Verdict by <a href="#">fullfact.org</a> : <b>Half True/False</b>	02.06.2023
	A robot with artificial intelligence “self-terminated” after 15 minutes of manual labor.	Verdict by <a href="#">politifact.com</a> : <b>False</b>	09.05.2023
	A video of a robot abruptly collapsing to the ground while stacking boxes shows the robot used its judgment from artificial intelligence to deactivate itself after 15 minutes of manual labor.	Verdict by <a href="#">apnews.com</a> : <b>False</b>	19.04.2023
	artificial intelligence created a universal vaccine against COVID-19. Issue #20	Verdict by <a href="#">voxukraine.org</a> : <b>False</b>	31.03.2023
	Pope Francis said that artificial intelligence (AI) is a “means of communicating to God”	Verdict by <a href="#">newsmobile.in</a> : <b>False</b>	30.03.2023

## 2. AI Editor

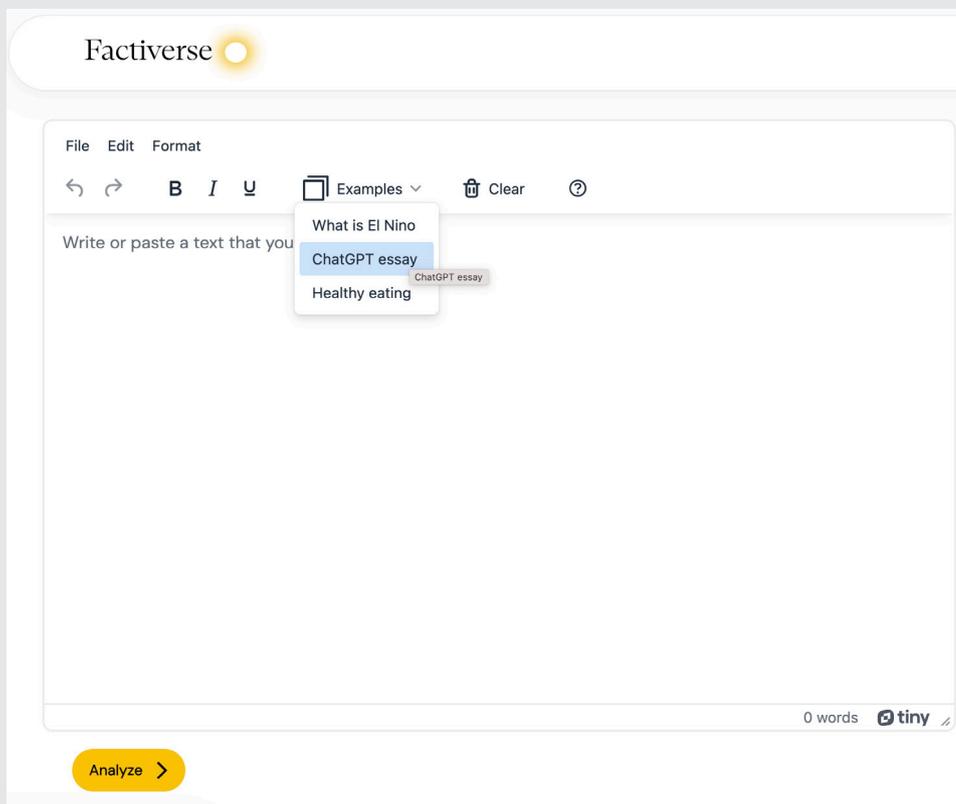
Esta herramienta analiza la veracidad de afirmaciones precisas sobre hechos. Esta es la interfaz de inicio, en la que se exponen ejemplos del tipo de frases que se investigan.



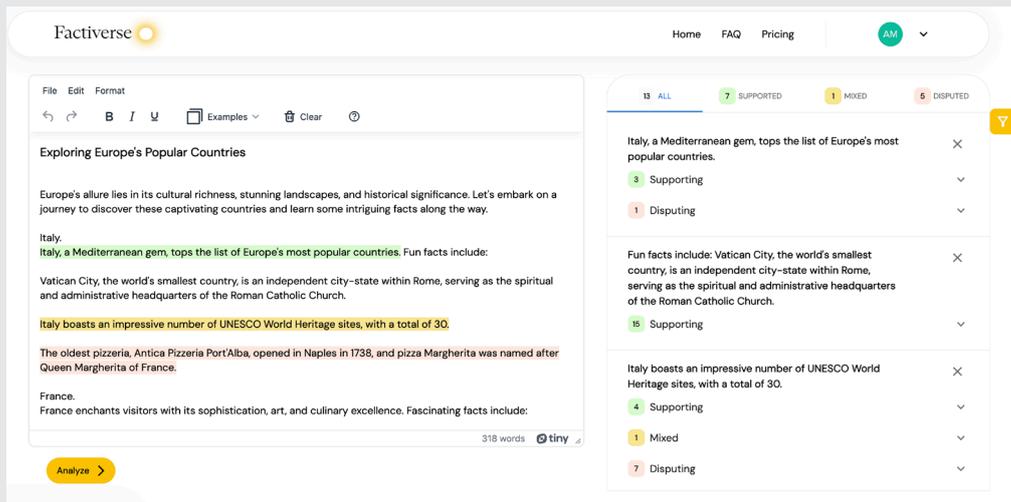
Si se hace clic en la linterna que aparece en el margen derecho, se puede personalizar la búsqueda, además de comprobar qué bases de datos se usan para evaluar la veracidad de las afirmaciones.



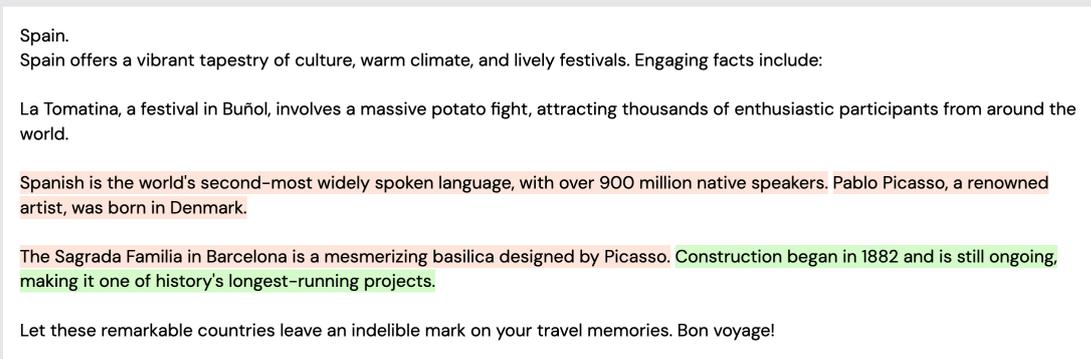
Para iniciar el análisis, se introduce el texto en la ventana de edición de la izquierda. Antes de empezar, para comprender cómo funciona la herramienta, es posible revisar alguno de los ejemplos que se proponen.



Se selecciona un ensayo elaborado por ChatGPT sobre los países más populares de Europa y se hace clic en el botón amarillo de “Analyze”. El resultado aparece en la ventana de la derecha, donde se indica el número de respaldos (supported) y frases dudosas (disputed).



Respecto a los resultados visibles en la ventana de la derecha, es posible desplegar cada pestaña para encontrar los detalles de cada verificación y las fuentes utilizadas. Por ejemplo, ChatGPT dice que el español es el segundo idioma más hablado del mundo con 900 millones de hablantes nativos, y que el pintor Pablo Picasso nació en Alemania.



Tras consultar varias fuentes, se concluye que la primera frase contiene un dato falso, porque la cifra de hablantes nativos es inferior, entre 400 y 500 millones. Igualmente, se desmiente que Pablo Picasso haya nacido en Alemania.

Spanish is the world's second-most widely spoken language, with over 900 million native speakers.



8 Disputing



<https://en.wikipedia.org/>

Source Wikipedia

### Languages of the United States

approximately 239 million speakers. Spanish is spoken by approximately 35 million people. The United States has the world's fourth largest Spanish-speaking population

<https://en.wikipedia.org/>

Source Wikipedia

### Spanish language

Latin spoken on the Iberian Peninsula of Europe. Today, it is a global language with about 486 million native speakers, mainly in the Americas and Spain. Spanish

[www.britishcouncil.org](http://www.britishcouncil.org)

Source Bing Search

### Spanish: speak the language of 400 million people

It's the second-most widely spoken language in the world (after Mandarin Chinese), with 400 million native speakers, and official status in a staggering 21 countries, spanning South, Central and North America, as well as Africa and Europe.

[babbel.com](https://www.babbel.com)

Source Google

### The 10 Most Spoken Languages In The World

If we were only to look at native speakers, Spanish is in front of English with about 485 million speakers. If you want a language that will open up whole continents to you, Spanish is your best bet. As with all the languages on this list, the politics of language and associated identity are highly disputed: ask Catalan or Quechua speakers if Spanish is their local tongue and you will get a very different answer. But it is certainly the primary language of most of South and Central America, Spain, and, ahem, large swathes of the US.

[globallanguageservices.co.uk](https://www.globallanguageservices.co.uk)

Source Google

### The Best Languages to Learn (And Why!)

With just under 500 million native speakers, Spanish is the second most common language spoken behind Mandarin. As the official language of 21 countries across Europe and Latin America, Spanish speakers open themselves up to high growth countries such as Argentina, Colombia, and Chile.

Published 20/10/2021

Pablo Picasso, a renowned artist, was born in Denmark. ✕

5 Disputing ^

 [www.pablocicasso.org](http://www.pablocicasso.org) Source Bing Search

**Pablo Picasso Biography**

Although he lived the majority of his adult years in France, Picasso was a Spaniard by birth. Hailing from the town of Málaga in Andalusia, Spain, he was the first-born of Don José Ruiz y Blasco and María Picasso y López. He was raised as a Catholic, but in his later life would declare himself an atheist. As a significant influence on 20th-century ...

[SHOW MORE](#) ▾

 [www.metmuseum.org](http://www.metmuseum.org) Source Bing Search

**Pablo Picasso (1881–1973)**

The artistic genius of Pablo Picasso (1881–1973) has impacted the development of modern and contemporary art with unparalleled magnitude. His prolific output includes over 20,000 paintings, prints, drawings, sculptures, ceramics, theater sets and costumes that convey myriad intellectual, political, social, and amorous messages. His creative styles transcend realism and abstraction, Cubism, Neoclassicism, Surrealism, and Expressionism. Born in Málaga, Spain, in 1881, Picasso

 [indianexpress.com](http://indianexpress.com) Source Bing Search

**Pablo Picasso: 10 facts about the renowned Spanish artist**

Picasso was born on October 25, 1881 in Malaga, Spain, a city with a centuries-old art tradition. His father taught at an art school. There were painting materials everywhere at home. His father recognized the “child prodigy” in him and honed his academic drawing early on.

 [snippetsofparis.com](http://snippetsofparis.com) Source Google

**29 Famous French artists and painters to know**

Pablo Picasso (1881 – 1973). Like Van Gogh, Picasso was not born in France, but he was so emblematic of the art scene in Paris, that I had to include ...

Published 22/7/2021

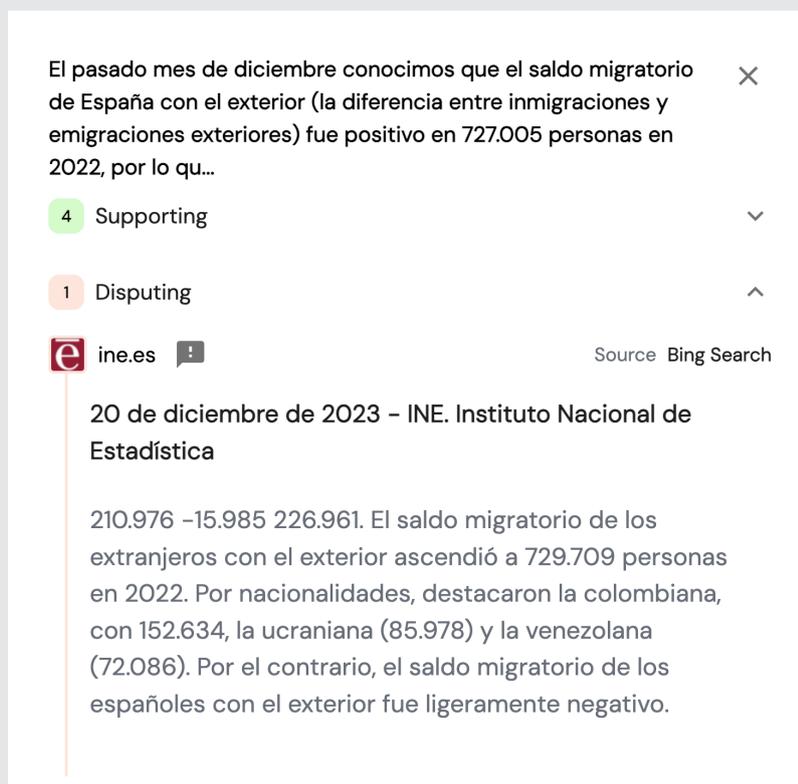
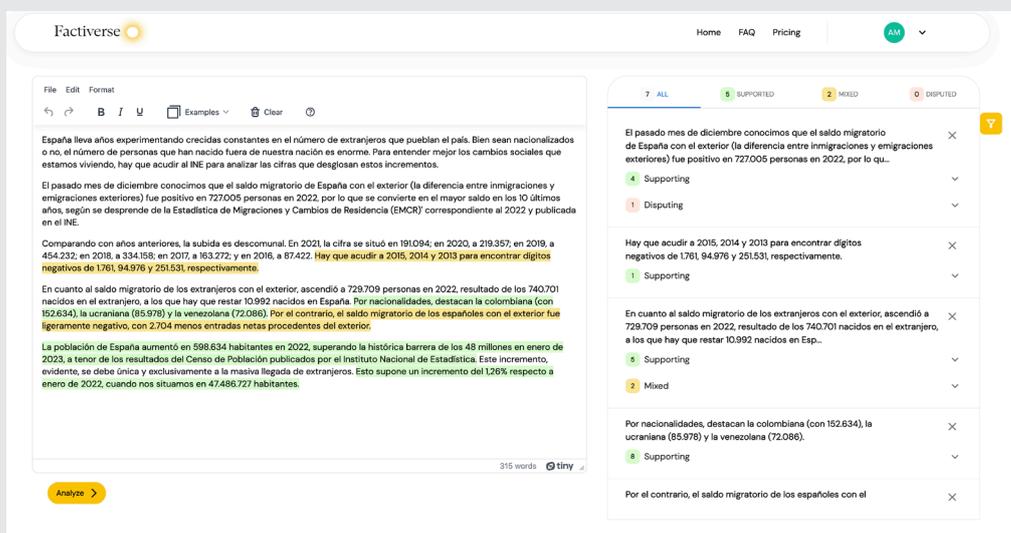
 [www.biography.com](http://www.biography.com) Source Bing Search

**Paintings, Art & Quotes**

Pablo Picasso was born in Málaga, Spain, on October 25, 1881. Picasso's mother was Doña Maria Picasso y Lopez. His father was Don José Ruiz Blasco, a painter and art teacher. Pablo Picasso was a Spanish painter, sculptor, printmaker, ceramicist and stage designer considered one of the greatest and most influential artists of the 20th century. Picasso is credited, along with Georges Braque, with the creation of Cubism.

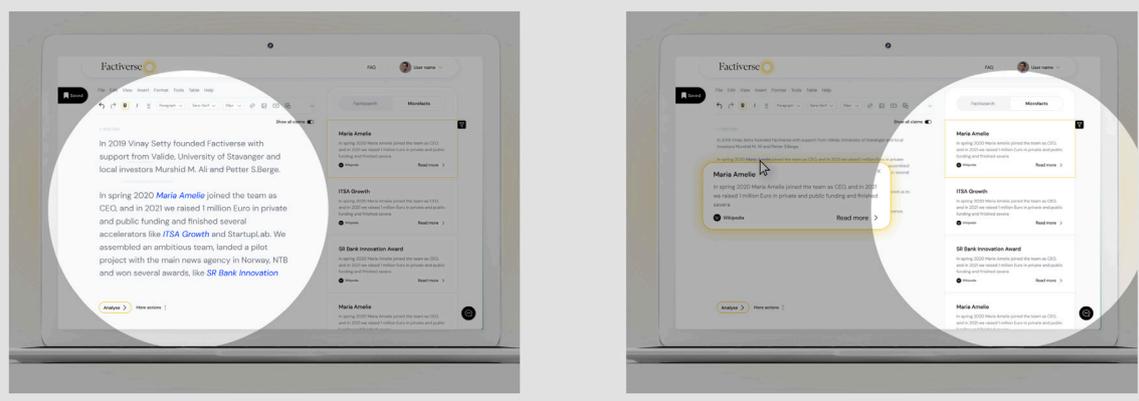
Además de ver cómo funciona la herramienta, se ha comprobado que ChatGPT comete errores e introduce datos incorrectos. Puede ser una herramienta de apoyo, pero se necesita la intervención de profesionales para realizar contenidos contrastados y de calidad.

A continuación, se realiza otra prueba con un texto en español, una noticia sobre migración elaborada con frases extraídas de distintas páginas web. Ejecutado el análisis, la herramienta ha detectado que podría haber desajustes en algunas cifras.



### 3. Microfacts

Esta tercera herramienta de Factiveuse localiza información sobre la terminología específica que se usa en los artículos. Colocando el cursor sobre términos complejos del texto, se obtienen explicaciones integradas, sin necesidad de acudir a una página o buscador externo para encontrar definiciones o contexto.



## 4. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

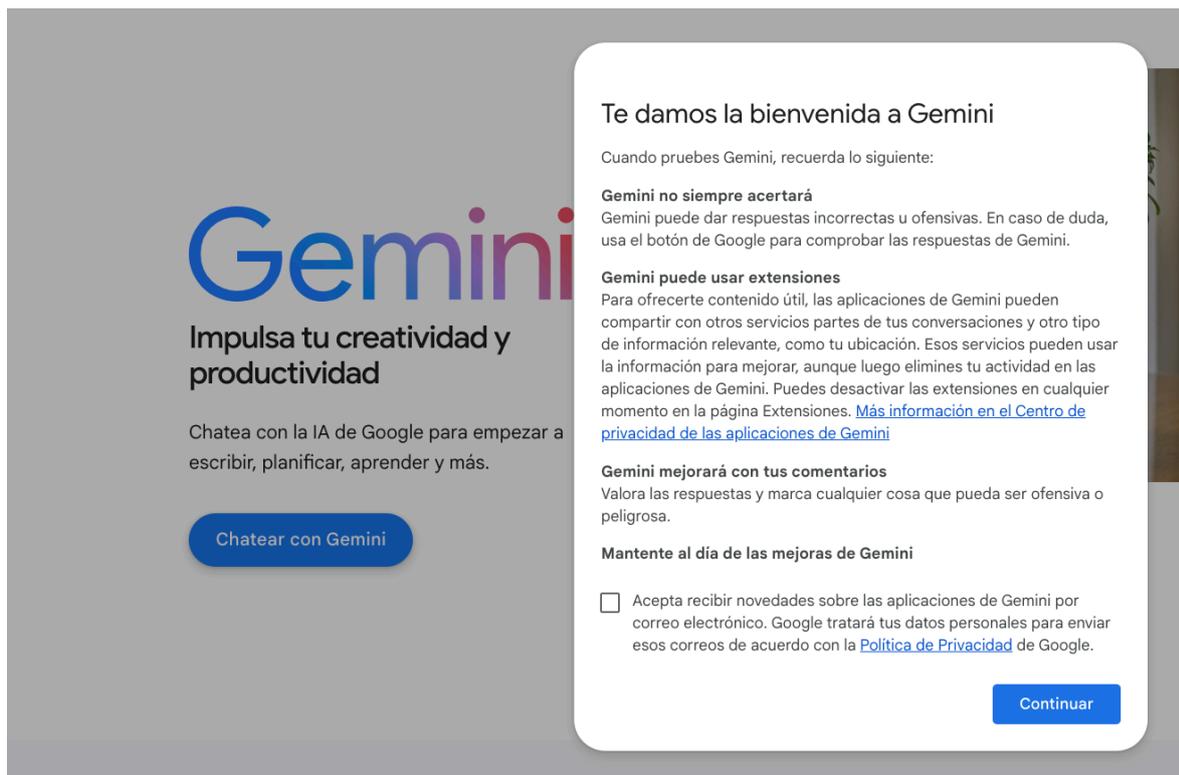
Las IA generativas pueden ser valiosas para los periodistas en la búsqueda de información, facilitando y agilizando el proceso de investigación<sup>59</sup>. Estas tecnologías pueden analizar grandes volúmenes de datos rápidamente, identificar tendencias, resumir textos extensos y extraer información relevante de múltiples fuentes, incluyendo documentos, bases de datos y noticias digitales. Además, pueden ayudar a generar preguntas y ángulos de investigación que quizás no se habían considerado, impulsando la creatividad y la profundidad en el reportaje. La mayoría de estas IA también son generativas de texto, y su uso es a través de una conversación en un chat. Existen muchas herramientas capaces de dar respuestas automatizadas a preguntas de actualidad, pero es imprescindible conocer cuáles de ellas son más transparentes, entendiéndose esto como una publicación de las fuentes utilizadas para elaborar la respuesta y el anuncio de la fecha de actualización de la información en la plataforma.

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Características destacables
	<a href="#">Gemini</a> (Google)	Freemium	Ofrece un par de enlaces al final de la respuesta para que el lector amplíe su información
	<a href="#">Perplexity</a>	Freemium	Muestra las fuentes en las que se basa en cada respuesta Tiene la opción de buscar sólo en información académica
	<a href="#">Copilot</a> (Microsoft)	Freemium	Ofrece las fuentes en las que basa su respuesta
	<a href="#">You</a>	Freemium	Ofrece las fuentes en las que basa su respuesta
	<a href="#">KOMO</a>	Freemium	Ofrece las fuentes en las que basa su respuesta Incluye resultados de redes sociales Organiza la información en función de las versiones o coincidencias de sus fuentes

<sup>59</sup> Ver los artículos [¿Qué inteligencia artificial resuelve mejor la curación de contenidos? Análisis comparativo de Bard, Perplexity y Copilot y Copilot de Microsoft: Inteligencia Artificial Generativa con ChatGPT4 y buscador de internet](#)

Es importante tener en cuenta que estas aplicaciones, con el objetivo de dar siempre respuesta, pueden inventarse información. De hecho, algunas de estas aplicaciones incluyen esta advertencia.

### Mensaje de advertencia al utilizar por primera vez la IA de Google:



The image shows the Gemini AI interface. On the left, the Gemini logo is displayed in blue and purple, with the text "Impulsa tu creatividad y productividad" below it. Underneath, it says "Chatea con la IA de Google para empezar a escribir, planificar, aprender y más." and features a blue button labeled "Chatear con Gemini".

Overlaid on the right is a white warning box with rounded corners. The title of the box is "Te damos la bienvenida a Gemini". Below the title, it says "Cuando pruebes Gemini, recuerda lo siguiente:".

The box contains three sections of text:

- Gemini no siempre acertará**  
Gemini puede dar respuestas incorrectas u ofensivas. En caso de duda, usa el botón de Google para comprobar las respuestas de Gemini.
- Gemini puede usar extensiones**  
Para ofrecerte contenido útil, las aplicaciones de Gemini pueden compartir con otros servicios partes de tus conversaciones y otro tipo de información relevante, como tu ubicación. Esos servicios pueden usar la información para mejorar, aunque luego elimines tu actividad en las aplicaciones de Gemini. Puedes desactivar las extensiones en cualquier momento en la página Extensiones. [Más información en el Centro de privacidad de las aplicaciones de Gemini](#)
- Gemini mejorará con tus comentarios**  
Valora las respuestas y marca cualquier cosa que pueda ser ofensiva o peligrosa.

Below these sections, it says "Mantente al día de las mejoras de Gemini" and includes a checkbox:  Acepta recibir novedades sobre las aplicaciones de Gemini por correo electrónico. Google tratará tus datos personales para enviar esos correos de acuerdo con la [Política de Privacidad](#) de Google.

At the bottom right of the warning box is a blue button labeled "Continuar".

## 5. ETIQUETADO AUTOMÁTICO DE INFORMACIÓN

### (documentación / archivo)

La IA también se está utilizando en los servicios de documentación y archivo de los medios de comunicación, porque permite el etiquetado rápido de contenidos, no solo de textos, sino también de audios, fotografías y vídeos. Esto supone un gran avance para la catalogación de contenidos radiofónicos y televisivos. Las IAs que permiten el reconocimiento de la voz, el reconocimiento facial y la identificación de objetos, suponen un salto cualitativo para la documentación. Por ejemplo, en las televisiones, hasta ahora era esencial el nombre usado para guardar cada archivo de vídeo, porque se extraía la información y se creaban las etiquetas a partir de este título, pero ahora es posible etiquetar directamente el contenido de las imágenes, porque existen IAs que reconocen a los protagonistas de las imágenes y pueden etiquetarlos según los criterios de clasificación que se establezcan. En esta línea está trabajando RTVE con empresas como Narrativa, VSN y Etiqmedia<sup>60</sup>.



**VSN** cuenta con un servicio de gestión de contenido multimedia que se integra con motores de búsqueda de IA para trabajar como agregador de metadatos. Permite catalogar el contenido, buscarlo, publicarlo, distribuirlo y archivarlo en una red local o en la nube.



**ETIQMEDIA**

**Etiqmedia** es una plataforma que ofrece la catalogación automatizada de audio y vídeo, supervisada por una persona experta que posteriormente la verifica y corrige. Para esto, usa algoritmos de transcripción automática de voz a texto, reconocimiento facial, categorización, etc.

La BBC y la agencia Reuters en Reino Unido, el Institut National de l'Audiovisuel en Francia o la Federación Internacional de Archivos de Televisión (FIAT)<sup>61</sup> también están aplicando IAs para gestionar su fondo documental. Las empresas mencionadas gestionan el servicio para el medio cliente. No obstante, es más complicado encontrar aplicaciones que ofrezcan soluciones tan completas para un uso más doméstico, es decir, desde una cuenta personal. Destacamos un ejemplo que puede ser útil:



**Varia.media** permite crear una base de documentos de trabajo y clasificarlos, así como agregar y almacenar enlaces y contenidos online. También realiza recomendaciones inteligentes sobre otros contenidos y fuentes de interés a partir de los temas de los contenidos archivados. Esta herramienta es freemium (versión gratuita y opciones premium de pago).

Si no contamos con recursos para contratar a una empresa externa, se puede optimizar la catalogación y archivo de contenidos con la combinación de varias aplicaciones distintas, como aquellas que transcriben, las que analizan el texto y reconocen entidades, etc. Por ejemplo, se pueden utilizar algoritmos accesibles de reconocimiento del contenido de imágenes, como Google Cloud Vision API.

<sup>60</sup> Bazán-Gil (2023)

<sup>61</sup> En inglés, International Federation of Television Archives (IFTA).

# PRODUCCIÓN

## 1. GENERACIÓN DE TEXTO

La IA representa un avance significativo en el campo del periodismo, especialmente como una solución al desafío de la página en blanco. El periodismo, al ser un proceso intrínsecamente creativo, a menudo implica enfrentar la falta de inspiración inicial al abordar un nuevo texto. Las herramientas de IA son una ayuda inestimable en este aspecto, ya que pueden generar borradores y conceptos de texto de múltiples maneras. Esta flexibilidad se extiende desde seguir instrucciones precisas sobre el contenido y estilo deseados, hasta trabajar con directrices generales que permiten a la IA desplegar su “creatividad”. De esta manera, la IA ofrece no solo una, sino varias alternativas creativas, facilitando al periodista explorar y decidir cuál enfoque o estilo narrativo se adapta mejor al propósito del texto. La implementación de estas tecnologías en la redacción no solo impulsa la eficiencia y productividad, sino que también enriquece el proceso creativo, abriendo nuevas posibilidades para la expresión periodística.

Las redacciones de noticias están adoptando rápidamente la inteligencia artificial generativa, como ChatGPT, para revolucionar la forma en que producen contenido. Una de las aplicaciones más destacadas es la elaboración de resúmenes o la generación de titulares. Asimismo, también se utiliza en ocasiones muy específicas la generación automática de noticias, aunque en estos casos se trata de información muy estructurada y clásica como pueda ser la evolución del tiempo o la descripción de un partido deportivo. Un ejemplo de esta generación automatizada de noticias es el proyecto que realizó RTVE para las elecciones generales de 2023<sup>62</sup>, explicado en la primera parte de esta guía, que recurrió a la IA para la cobertura del resultado electoral de los 5.000 municipios de España con menos de 1.000 habitantes. Todas estas piezas tenían que ser supervisadas por profesionales para asegurar la calidad y estilo de la marca periodística.

Estas herramientas generativas de texto pueden tener distintos interfaces, pero el más común (o el más accesible) suele ser en formato de chat; como ChatGPT, la herramienta más popular de este tipo de IA. Esta interfaz “sin botones” trabaja a partir de la conversación que genera el usuario con la IA. Es por ello que la capacidad para conseguir los resultados deseados deriva de ser muy específico con la petición (*prompt*), que se realiza mediante texto a la IA.

Una de las limitaciones de estos productos, y que es importante que el o la periodista tenga en cuenta, es que estas IAs no suelen estar al día respecto a la información de actualidad de los últimos meses, por lo que, en el caso de utilizar estas herramientas, es importante darle a la IA todo el contexto e información necesaria para generar el texto, si queremos conseguir un buen resultado. Y, por supuesto, siempre será necesaria la supervisión por parte de un profesional para poder validar el texto. Las IAs no son periodistas, pueden automatizar la escritura, pero siempre va a ser necesaria la parte humana, conocedora del contexto, de los detalles y del propio público para adaptar lo que se produce de forma automática a una versión más humana y efectiva.

<sup>62</sup> Consultar detalles de la iniciativa: [www.rtve.es/noticias/20230717/rtve-inteligencia-artificial-para-elecciones-23j-pueblos/2451946.shtml](http://www.rtve.es/noticias/20230717/rtve-inteligencia-artificial-para-elecciones-23j-pueblos/2451946.shtml). Ver noticias generadas por IA: [www.rtveia.es/](http://www.rtveia.es/)

Además, estas herramientas generativas de texto no se limitan a este tipo de funcionalidades, sino que sus posibilidades son enormes. Por ejemplo, pueden asistir y crear código, lo que para visualización de datos o publicación en una web puede ser muy útil en el ámbito periodístico.

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Características destacables
 ChatGPT	<a href="#">ChatGPT</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Tiene tienda de IAs para múltiples funcionalidades (generación de imágenes, análisis de datos, etc.) Más de 50 idiomas, entre ellos Castellano, Catalán, Gallego, Inglés, Francés, etc.
 Copilot	<a href="#">Copilot</a> (Microsoft)	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Integración en Office Múltiples idiomas (Español entre ellos)
 syllabs	<a href="#">Syllabs</a>	Pago Demo bajo demanda	Múltiples idiomas Además de escritura automática, también realiza funciones para marketing, SEO
 copy.ai	<a href="#">Copy.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Pensada principalmente para marketing (blogs, social media). Idiomas: español, inglés, francés, otros.
 AI	<a href="#">Claude.ai</a>	Pago	Tiene competencias en varios idiomas, pero principalmente está entrenada en inglés

Existen otros tipos de aplicaciones que están diseñadas específicamente para periodistas, como AngleKindling<sup>63</sup>, cuya función es encontrar enfoques útiles para reportajes basados en comunicados de prensa. Este tipo de aplicación resume los puntos principales de un comunicado, sugiere posibles controversias, resultados negativos y áreas de investigación, proporcionando así una perspectiva más crítica que permita compensar la propia del comunicado. Esta herramienta está desarrollada para el ámbito estadounidense y cada perspectiva que ofrece la acompaña de un artículo relacionado del New York Times para ofrecer contexto histórico.

<sup>63</sup> <https://savvaspetridis.github.io/papers/anglekindling.pdf>  
Ver [Finding Story Angles using Interactive Generative AI Tools](#) (Nick Diakopoulos)

# TUTORIAL. ESCRIBIR PROMPTS EFECTIVOS PARA CHATGPT

## ChatGPT

(Un *prompt* es el texto con el que realizamos la petición vía chat a la IA con las indicaciones de lo que queremos que realice)

En la era digital, los periodistas tienen acceso a herramientas innovadoras como ChatGPT, que pueden ayudar en la investigación, la generación de ideas y la creación de contenido. Sin embargo, la eficacia de estas herramientas depende en gran medida de cómo se formulen las preguntas o *prompts*. Aquí presentamos unas pautas de escritura que ayudarán a conseguir mejores resultados<sup>64</sup>.

No es necesario utilizar todas en un *prompt*, pero es aconsejable tenerlas presentes para mejorar los resultados. En este sentido, es mejor mantener una conversación especificando y mejorando el resultado que hacer una única petición hiper detallada.

### 1. Proporcionar contexto

El contexto es clave para obtener respuestas precisas y detalladas. Cuando solicites información o ayuda en la redacción, proporciona detalles sobre el tema, el propósito de tu consulta y cualquier otro aspecto relevante. Esto puede incluir el tipo de artículo que estás escribiendo, tu audiencia objetivo, y el estilo o tono deseado.

*Ejemplo:* “Estoy trabajando en una pieza para un blog tecnológico dirigido a profesionales no técnicos sobre el avance de la tecnología 5G y su impacto en las comunicaciones diarias. Busco explicaciones claras y ejemplos prácticos para ilustrar los beneficios de 5G para que sea comprensible para aquellos que no tienen conocimientos avanzados de tecnología.”

Es importante especificar el tipo de audiencia: “para una audiencia genérica”, “para un niño de cinco años”, “para un experto”...

### 2. Asignar roles específicos

Para refinar el estilo y ajustar las expresiones utilizadas por ChatGPT al resultado buscado, puedes especificar en el *prompt* el rol que deseas que asuma al generar la respuesta. Esto puede incluir actuar como un experto en un campo o un editor revisando un borrador.

*Ejemplo:* “Actúa como un editor de un medio. Revisa el siguiente texto, edítalo para que mejore su fluidez, y destaca los cambios realizados: [aquí introducir el texto a revisar]”

<sup>64</sup> Ver recomendaciones de [OpenAI sobre la escritura de prompts](#);  
Ver recomendaciones de [Meta \(FacebookResearch\) sobre ingeniería de prompts](#)  
Ver [Manual para principiantes: ChatGPT para editores de noticias locales](#)  
Ver vídeo sobre [el uso profesional de ChatGPT](#)

*Ejemplo:* “Eres un editor de un medio de comunicación de Valencia dirigido a una audiencia joven entre 18-35 años. Por favor, recomienda qué cambios aplicar al siguiente texto para que se ajuste más al objetivo: [aquí el texto]”

Puede servir también para prepararse entrevistas:

*Ejemplo:* “Eres un experto en ciberseguridad. Proporciona tres preguntas críticas que los periodistas deberían hacer al cubrir noticias sobre violaciones de datos, junto con las razones por las que son importantes”

O incluso para intentar conseguir explicaciones mucho más sencillas para conceptos o historias complejas:

*Ejemplo:* “Por favor, actúa como un profesor de niños pequeños. Explica [introducir concepto]. Utiliza analogías para que sea más fácil su comprensión.”

### **3. Definir el formato y el tono de respuesta**

Indica claramente lo que necesitas, ya sea una lista de puntos clave, un resumen ejecutivo, un análisis en profundidad, titulares y entradillas, un artículo de blog, un tweet, un guion, una tabla, código, etc. Y el tono esperado (formal, informal, técnico, creativo). Cuanto más específico seas, más útil será la respuesta.

*Ejemplo:* “Escribe un breve para un video informativo destinado a jóvenes adultos sobre el impacto del cambio climático en la biodiversidad marina. El tono debe ser urgente pero esperanzador, y el formato debe incluir un titular, tres puntos clave y una conclusión motivadora.”

*Ejemplo:* “Dame tres argumentos clave que expliquen la importancia de la privacidad de datos en el contexto de las redes sociales, destinados a un público joven. Incluye estadísticas recientes y casos de estudio relevantes para respaldar cada argumento.”

En cuanto al formato final, se puede solicitar que el informe o aquello generado sea exportable a un formato específico, como pdf. Este tipo de prompt es mejor utilizarlo después de que haya generado lo deseado.

*Ejemplo:* “Por favor, genera un pdf con el análisis realizado”

#### 4. Especificar la longitud de la respuesta

Para garantizar que la respuesta sea manejable y directamente aplicable, limita el alcance de tu solicitud y especifica la longitud deseada (una frase, dos o tres frases, un párrafo, 100 palabras, etc.). Esto es particularmente útil cuando estás bajo restricciones de tiempo o espacio.

*Ejemplo:* “Necesito un resumen de 100 palabras sobre los últimos desarrollos en inteligencia artificial aplicada al diagnóstico médico, que se pueda usar como introducción para un artículo más extenso.”

#### 5. Iterar y refinar

No dudes en iterar y pedir ajustes basados en la respuesta inicial. La retroalimentación específica puede ayudar a ChatGPT a refinar su salida para alinearla mejor con tus necesidades.

*Ejemplo:* “Basándome en tu resumen previo sobre tendencias de inversión en tecnología, ajusta el enfoque hacia las startups en etapa temprana y proporciona ejemplos de empresas que han recibido una atención significativa de inversores en los últimos meses.”

Del mismo modo, si son varias las peticiones que quieres realizar sobre un mismo texto (analizar unos datos, generar texto, exportar en un formato...) es mejor mantener una conversación e ir realizando varios *prompts* que escribir uno muy complejo.

#### 6. Pregunta por aquello que no ves (evitar sesgos)

Cuando se emplea ChatGPT (u otra IA de procesamiento de lenguaje natural) para generar texto, existe la posibilidad de que el contenido generado se adhiera a ciertos patrones o sesgos inherentes a los datos en los que fue entrenada. Esto puede resultar en respuestas que, de forma inadvertida, reflejen un posicionamiento particular hacia un tema específico. Para garantizar un análisis más equilibrado y una comprensión más completa de un asunto, es fundamental solicitar activamente otros puntos de vista que puedan no ser inmediatamente presentados por la IA.

Este enfoque de “romper la burbuja” es crucial para fomentar una exploración más profunda y multifacética de los temas. Al requerir explícitamente que la IA considere y presente perspectivas alternativas, los usuarios pueden acceder a una gama más amplia de opiniones y análisis, lo cual es especialmente valioso en el contexto de la investigación, la toma de decisiones informadas o simplemente para obtener una comprensión más holística de un tema.

*Ejemplo:* “Presenta argumentos en contra de esta posición”

*Ejemplo:* “Explora y describe una visión crítica sobre este tema”

# TUTORIAL. GENERAR TEXTO TITULARES, RESÚMENES, CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

## ChatGPT

### Caso 1: Generación de titulares

 You

Por favor, sugiérme un titular para el texto que añado a continuación: Un terrible incendio ha devorado este jueves dos bloques de un edificio de catorce plantas ubicado en el cruce entre la avenida del Maestro Rodrigo y la calle Rafael Alberti, del barrio de Campanar de Valencia. El siniestro dejó al menos cuatro víctimas mortales y entre nueve y quince desaparecidos, según informaron a primera hora de la madrugada de hoy viernes los responsables de Emergencias de la Generalitat y del Ayuntamiento de Valencia.

El subdirector general de Emergencias, Jorge Suárez, hizo esta confirmación en una comparecencia ante los medios en el lugar del siniestro. Suárez también ha explicado que los efectivos de extinción trabajan exclusivamente en el exterior del edificio, enfriando las fachadas, puesto que sus características no permiten que se pueda trabajar en el interior. En este sentido, insistió en que todavía no pueden determinar cuándo se podrá acceder al interior del edificio. "El objetivo es continuar enfriando las viviendas", ha apuntado.

Suárez compareció con la alcaldesa de Valencia, María José Catalá, que trasladó su muestra de apoyo a los familiares y adelantó que la junta de portavoces del consistorio acordará días de luto oficial. "Los bomberos hacen todo lo que pueden", ha manifestado.

Las llamas se iniciaron el jueves por la tarde, alrededor de las 17:20 horas, en una de las viviendas del complejo, y en pocos minutos recorrieron toda la fachada y afectaron a varias plantas. En pocas horas, saltaron también al bloque de al lado, con todavía gente sin desalojar. A estas alturas, el fuego sigue sin control. Se trata del peor incendio en la historia de la ciudad, según bomberos y policía, exceptuando los bombardeos durante la Guerra Civil.

A medida que el fuego crecía, las llamas empezaron a verse desde varios puntos de la ciudad y provocaron una columna de humo negro. En el sitio de los hechos trabajan 22 dotaciones de

Este es el resultado:



ChatGPT

"Tragedia en Valencia: Terrible incendio deja al menos cuatro muertos y decenas de desaparecidos en Campanar"

A continuación, pedimos que mejore el titular pensando en su mayor impacto en buscadores:



You

Por favor, optimiza el titular para motores de búsqueda.



ChatGPT

"Terrible incendio en Valencia: 4 muertos y varios desaparecidos en Campanar"

A continuación, solicitamos que mejore la redacción para difundir el titular en redes sociales:

**You**  
 Por favor, ahora optimiza el titular para social media.

**ChatGPT**  
 "Tragedia en Valencia: Incendio fatal en Campanar deja víctimas y desaparecidos 🙄 #Valencia #Incendio"

## Caso 2: Generación de resúmenes o esquemas

Uno de los beneficios de estos generadores de texto es que puede ayudar a sintetizar los textos para poder plantear la distribución de contenido para adaptarlo a otros formatos.

**You**  
 ¿Podrías sintetizar las principales ideas del texto para slides (diapositivas)?

**ChatGPT**  
 Slide 1:

- Título: "Tragedia en Valencia: Incendio en Campanar"
- Subtítulo: "Fatal siniestro deja víctimas y desaparecidos"

Slide 2:

- Resumen del incidente:
  - Incendio en dos bloques de un edificio de catorce plantas.
  - Ubicación: cruce entre la avenida del Maestro Rodrigo y la calle Rafael Alberti, en Campanar.
  - Al menos 4 muertos y entre 9 y 15 desaparecidos.
  - Comunicado de Emergencias de la Generalitat y del Ayuntamiento de Valencia.

Slide 3:

- Desarrollo del incendio:
  - Inicio en una vivienda y rápida propagación.
  - Afectación a múltiples plantas y bloques contiguos.
  - Es el peor incendio en la historia de Valencia, excluyendo los bombardeos durante la Guerra Civil.

Slide 4:

- Respuesta y acciones tomadas:
  - Trabajo de los equipos de extinción en el exterior del edificio.
  - Apoyo de bomberos, ambulancias y otros servicios de emergencia.
  - Reubicación de personas afectadas en hoteles de la ciudad.
  - Activación de servicios de apoyo psicológico y atención social.

Slide 5:

- Conclusión y próximos pasos:
  - Investigación en curso para determinar las causas del incendio.
  - Muestras de solidaridad por parte de la comunidad local.
  - Necesidad de continuar brindando apoyo a las personas afectadas.
  - Precaución y medidas de prevención para evitar tragedias similares en el futuro.

### Caso 3: Generación de contenido para redes sociales

Se puede solicitar que ChatGPT adapte un texto a publicaciones de redes sociales.



**You**

Por favor, ¿podrías generar posts para redes sociales a partir del texto?



**ChatGPT**

Claro, aquí tienes algunos ejemplos de publicaciones para redes sociales basadas en el texto:

1. Twitter:
 

"Tragedia en Valencia: Incendio devastador en Campanar deja al menos 4 muertos y varios desaparecidos. Nuestros pensamientos están con las familias afectadas. #Valencia #Incendio"
2. Facebook:
 

"¡Noticia trágica en Valencia! Un terrible incendio ha golpeado el barrio de Campanar, dejando a su paso varias víctimas mortales y personas desaparecidas. Nuestros corazones están con los afectados y sus seres queridos en este momento difícil. #Valencia #Campanar #Incendio"
3. Instagram:
 

Publicación 1:

"Nuestra ciudad de Valencia enfrenta una tragedia hoy. Un incendio devastador ha consumido dos bloques en Campanar, cobrándose vidas y dejando a muchas personas desaparecidas. Estamos unidos en solidaridad y apoyo a las familias afectadas. 🙏 #Valencia #Incendio #Solidaridad"

Publicación 2 (imagen del incendio con un mensaje de apoyo):

"Hoy Valencia llora por las vidas perdidas en el trágico incendio de Campanar. Nuestros corazones están con aquellos que sufren esta pérdida y con los valientes equipos de emergencia que trabajan incansablemente. Juntos nos levantaremos de este dolor. ❤️🙏 #Valencia #Incendio #Solidaridad"

Estos ejemplos pueden adaptarse según la plataforma y las preferencias de la audiencia, pero mantienen un tono respetuoso y solidario hacia las víctimas del incendio.

## 2. CORRECCIÓN DE TEXTOS

La inteligencia artificial, y en particular aplicaciones como ChatGPT, permiten a los periodistas mejorar la calidad y precisión de sus escritos, facilitando una revisión rápida y eficiente que detecta errores gramaticales, de puntuación y de estilo. Además, la IA puede sugerir alternativas de redacción más claras y concisas, asegurando que el mensaje se transmita de manera efectiva.

La capacidad de ChatGPT para entender y procesar el lenguaje natural también posibilita que se adapte a diferentes estilos periodísticos y temáticas, proporcionando así un apoyo versátil y personalizado. Esta colaboración entre periodistas y la IA no solo optimiza el tiempo de edición, sino que también eleva el nivel de profesionalismo y calidad en los contenidos periodísticos.

Esto nos permite conseguir una corrección y fluidez estilística en varios idiomas. Así como poder contar con varias alternativas de redacción para poder valorar cuál de todas las opciones es la más idónea. Se trata pues de un asistente que nos ayuda a mejorar la calidad de los textos en cuestión de segundos.

El nivel de modificación del texto se puede ajustar en función de las órdenes que le demos en el prompt (el texto que enviamos a la aplicación). Por ejemplo, le podemos decir que actúe solo como un revisor de texto y que se limite a indicar los errores gramaticales, las palabras redundantes y las incoherencias estilísticas que pueda encontrar. De este modo, únicamente nos señala dónde tenemos que mirar para corregirlo.

Pero también podemos ir un paso más allá y pedirle que actúe como un editor de estilo o un editor de medio de comunicación y pedirle que modifique el texto para mejorar la fluidez. Siempre se puede pedir después, si se desea, que realice un listado pormenorizado de los cambios que ha realizado para decidir si son oportunos o no.

A continuación, se puede ver un breve ejemplo de uso con ChatGPT<sup>65</sup>.

<sup>65</sup> En el siguiente enlace se puede consultar la experiencia del medio colombiano La Silla Vacía <https://generative-ai-newsroom.com/using-chatgpt-to-correct-spanish-grammar-and-style-in-news-articles-733c9c83de9a>

ChatGPT 4 ▾



How can I help you today?

**Give me ideas**  
for what to do with my kids' art

**Tell me a fun fact**  
about the Golden State Warriors

**Write a message**  
that goes with a kitten gif for a friend on a rou...

**Design a database schema**  
for an online merch store

Message ChatGPT...



ChatGPT can make mistakes. Consider checking important information.



**You**

Por favor, actúa como un experto editor de periódico y mejora la corrección y fluidez del siguiente texto periodístico:  
Nominan en los Óscar “La sociedad de la nieve” de Bayona

La película española ‘La sociedad de la nieve’ dirigida por Juan Antonio Bayona, ha sido nominada al premio Óscar a la mejor película internacional; y al Óscar al Mejor diseño de maquillaje y peluquería. Esta es la primera nominación de Bayona, y la película compite con películas de Italia, Reino Unido, Japón y Alemania. Las nominaciones fueron anunciadas por Zazie Beetz y Jack Quaid en Los Ángeles. Aunque ‘La sociedad de la nieve’ no ganó el Globo de Oro a la mejor película de habla no inglesa, también está nominada en los premios BAFTA. ‘La sociedad de la nieve’ cuenta la historia real de los 16 supervivientes del accidente aéreo del vuelo 571 de la Fuerza Aérea Uruguaya en 1972, que enfrentaron condiciones extremas durante 72 días en los Andes.





## ChatGPT

La aclamada película española "La sociedad de la nieve", dirigida por Juan Antonio Bayona, ha sido distinguida con nominaciones al premio Óscar en las categorías de Mejor Película Internacional y Mejor Diseño de Maquillaje y Peluquería. Estas nominaciones marcan un hito en la carrera de Bayona, siendo su primera incursión en los Óscar. La cinta compite contra destacadas producciones de Italia, Reino Unido, Japón y Alemania.

El anuncio de las nominaciones tuvo lugar en Los Ángeles, a cargo de los actores Zazie Beetz y Jack Quaid. A pesar de no haber obtenido el Globo de Oro a la Mejor Película Extranjera, "La sociedad de la nieve" también figura entre las nominadas en los premios BAFTA.

"La sociedad de la nieve" relata la conmovedora historia real de los 16 supervivientes del desastroso accidente aéreo del vuelo 571 de la Fuerza Aérea Uruguaya, ocurrido en 1972. La trama se centra en su lucha por sobrevivir bajo condiciones extremas durante 72 días en la cordillera de los Andes, un desafío que puso a prueba su resistencia y espíritu humano.



## You

Por favor, dame una lista con todos los cambios que has realizado en el texto anterior y justifica tu decisión



## ChatGPT

Aquí tienes una lista detallada de los cambios realizados en el texto, junto con las justificaciones para cada modificación:

1. **Título:** No se ha modificado, ya que estaba correctamente presentado.
2. **Estructura de las oraciones:**
  - Original: "La película española 'La sociedad de la nieve' dirigida por Juan Antonio Bayona, ha sido nominada al premio Óscar a la mejor película internacional; y al Óscar al Mejor diseño de maquillaje y peluquería."
  - Cambiado a: "La aclamada película española 'La sociedad de la nieve', dirigida por Juan Antonio Bayona, ha sido distinguida con nominaciones al premio Óscar en las categorías de Mejor Película Internacional y Mejor Diseño de Maquillaje y Peluquería."
  - Justificación: Se agregó "aclamada" para resaltar la calidad de la película. Se reestructuró la oración para mejorar la fluidez y evitar la repetición innecesaria de "Óscar".

### 3. Claridad y Detalle:

- Original: "Esta es la primera nominación de Bayona, y la película compite con películas de Italia, Reino Unido, Japón y Alemania."
- Cambiado a: "Estas nominaciones marcan un hito en la carrera de Bayona, siendo su primera incursión en los Óscar."
- Justificación: Se enfatiza el logro de Bayona y se mejora la fluidez del texto, manteniendo la información esencial.

### 4. Redacción y Estilo:

- Original: "Las nominaciones fueron anunciadas por Zazie Beetz y Jack Quaid en Los Ángeles."
- Cambiado a: "El anuncio de las nominaciones tuvo lugar en Los Ángeles, a cargo de los actores Zazie Beetz y Jack Quaid."
- Justificación: Se reestructuró para una presentación más formal y clara.

### 5. Precisión y Contexto:

- Original: "Aunque 'La sociedad de la nieve' no ganó el Globo de Oro a la mejor película de habla no inglesa, también está nominada en los premios BAFTA."
- Cambiado a: "A pesar de no haber obtenido el Globo de Oro a la Mejor Película Extranjera, 'La sociedad de la nieve' también figura entre las nominadas en los premios BAFTA."
- Justificación: Se aclara la categoría específica del Globo de Oro y se mejora la fluidez del texto.

### 6. Narrativa y Detalle:

- Original: "'La sociedad de la nieve' cuenta la historia real de los 16 supervivientes del accidente aéreo del vuelo 571 de la Fuerza Aérea Uruguaya en 1972, que enfrentaron condiciones extremas durante 72 días en los Andes."
- Cambiado a: "'La sociedad de la nieve' relata la conmovedora historia real de los 16 supervivientes del desastroso accidente aéreo del vuelo 571 de la Fuerza Aérea Uruguaya, ocurrido en 1972. La trama se centra en su lucha por sobrevivir bajo condiciones extremas durante 72 días en la cordillera de los Andes, un desafío que puso a prueba su resistencia y espíritu humano."
- Justificación: Se agregó detalle para enriquecer la descripción de la trama, destacando la naturaleza emocional de la historia y el desafío humano.

Cada cambio se ha realizado con el objetivo de mejorar la fluidez, claridad, formalidad y riqueza descriptiva del texto, respetando los estándares periodísticos.

## TUTORIAL. CÓMO IMITAR (TU) ESTILO DE ESCRITURA

En el caso de ChatGPT, se puede conseguir que reproduzca un estilo de escritura concreto. Esto puede ser útil para que los textos sean más personales, es decir, que imiten el propio estilo de escritura; o el tono editorial que se emplea por parte de la marca.

Existen varias formas de hacerlo:

### 1. Configurar el estilo por defecto de ChatGPT

En el menú de usuario, en “Custom instructions”, hay dos recuadros en los que podemos poner información clave para que se tenga en cuenta en todas las respuestas que genere ChatGPT por defecto, indistintamente de si se especifica en el *prompt* o no.

Imagen: Menú de usuario

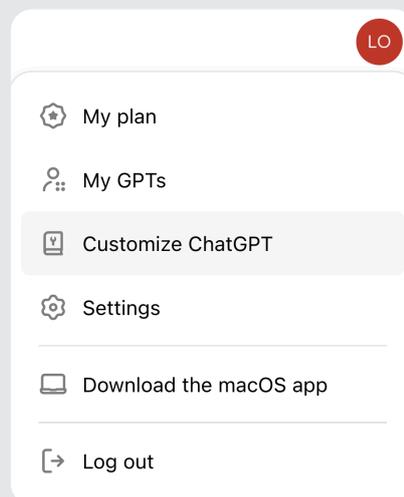


Imagen: recuadros de “custom instructions”

En el primero, que está destinado al contexto, ChatGPT pregunta: “¿Qué le gustaría que ChatGPT supiera sobre usted para ofrecerle mejores respuestas?”; y en sus sugerencias de escritura, propone al usuario que responda dónde vive, en qué trabaja, cuáles son sus hobbies e intereses, sobre qué temas puede hablar muchas horas y qué objetivos tiene.

Desde un punto de vista periodístico, en este apartado podríamos incluir:

- **Datos sobre el medio para el que se trabaja** (tipo de audiencia, tono, etc.)
- **Áreas de interés y especialización:** Mencionar campos específicos de interés o especialización, como política, economía, tecnología, cultura, deportes, etc.
- **Restricciones éticas o de estilo editorial:** Informar sobre cualquier guía ética o de estilo editorial específica que se deba seguir (por ejemplo, evitar el sensacionalismo, respetar la privacidad, uso de lenguaje inclusivo).
- **Idiomas o preferencias regionales:** Para periodistas que trabajan en contextos multilingües o regiones específicas.

En el segundo, que está orientado al estilo de producción de respuestas, ChatGPT pregunta: “¿Cómo le gustaría que ChatGPT respondiera?”. Sus sugerencias de respuesta están orientadas al estilo: cómo de formal o informal debe responder, qué extensión o qué opiniones tiene que tener en cuenta. En este apartado, podríamos incluir:

- **Estilo de escritura preferido:** Indicar si se prefiere un estilo formal, informativo, narrativo, o cualquier otro estilo específico.
- **Preferencias de formato:** Si hay formatos específicos que el periodista prefiere para las respuestas (listas, párrafos, titulares, etc.).
- **Reglas de estilo:** Especifica la guía de estilo que se debe seguir, incluidas las pautas para formatear números, fechas, citas, mayúsculas y el título.

## 2. Indicar el estilo vía chat

Al inicio de la conversación antes o después de haber solicitado la información que se desea, se proporciona un texto de ejemplo, una muestra, del estilo que se quiere imitar. Y se solicita que realice un análisis de ese texto y que imite el estilo.

Los ejemplos tendrían que ser lo más completos posible. Esto podría ser publicaciones en blogs, extractos de artículos, o cualquier material que represente bien el estilo que se busca replicar.

*Ejemplo:* “te doy una muestra de mi estilo de escritura para que puedas imitar mi estilo. Por favor, analiza esta muestra respecto al tono, estructura y lenguaje utilizado: [Insertar texto]”

*Continuación del prompt anterior:* “Escribe un post de unas 500 palabras para un blog sobre IA centrado en cómo incorporar estas herramientas en la docencia. Escríbelo en mi estilo”.

### 3. GENERACIÓN DE AUDIO (DE TEXTO A VOZ)

El uso de aplicaciones de inteligencia artificial para la generación de audio ha revolucionado la forma en que interactuamos y producimos contenido sonoro. Estas aplicaciones poseen capacidades avanzadas, como la identificación de diferentes interlocutores en transcripciones, lo que facilita la comprensión y el análisis de conversaciones y grabaciones. Además, tienen la impresionante habilidad de clonar voces y recrearlas a partir de textos escritos, lo que abre la posibilidad de poder repetir la grabación de alguna frase o añadir algún fragmento en posproducción sin necesidad de tener que volver a citar a la persona en el estudio.

Esta tecnología no solo imita voces existentes, sino que también ofrece una gama de voces automáticas para convertir texto en audio, lo cual es útil en una variedad de aplicaciones, desde asistentes virtuales hasta la creación de contenidos multimedia. Además, estas aplicaciones permiten la traducción de guiones o locuciones, e incluso el doblaje, lo que abre puertas a una difusión más amplia de contenidos en múltiples idiomas, eliminando barreras lingüísticas y culturales. Para confeccionar la selección de aplicaciones propuesta se han descartado herramientas con voces excesivamente robotizadas. El listado solo incluye opciones que generan una voz realista.

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Idiomas
 <b>descript</b>	<a href="https://descript.com">Descript</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	En más de 20 lenguas, entre ellas, español, catalán, inglés, francés y alemán.
 <b>MURF AI</b>	<a href="https://murf.ai">Murf.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	En 20 lenguas, incluidas inglés, español y portugués.
 <b>audio bot</b>	<a href="https://audio-bot.com">Audio-bot</a>	Pago Demo gratuita en web	Español, Catalán, Inglés, Francés, Alemán, Otros.
 <b>Speechify</b>	<a href="https://speechify.com">Speechify.com</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Múltiples idiomas, entre ellos español, francés, inglés (varios acentos).

## 4. GENERACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

La inteligencia artificial es capaz de crear imágenes y vídeos a partir de una descripción textual o mediante alguna referencia visual que se les aporte. Esta potencialidad para el periodismo permitirá contar con ilustraciones originales para noticias, imágenes de recurso para vídeos así como otro tipo de aplicaciones que puedan ser beneficiosas. Este tipo de herramientas también funcionan a partir de un chat, por lo que en estos casos, es muy importante ser muy precisos a la hora de describir nuestra petición. En el caso de la generación a partir de indicaciones textuales, los usuarios pueden especificar también el estilo de la imagen (hiperrealista, fotografía, pintura, ilustración, animación 2D, etc.) y en algunas ocasiones incluso su dimensión.

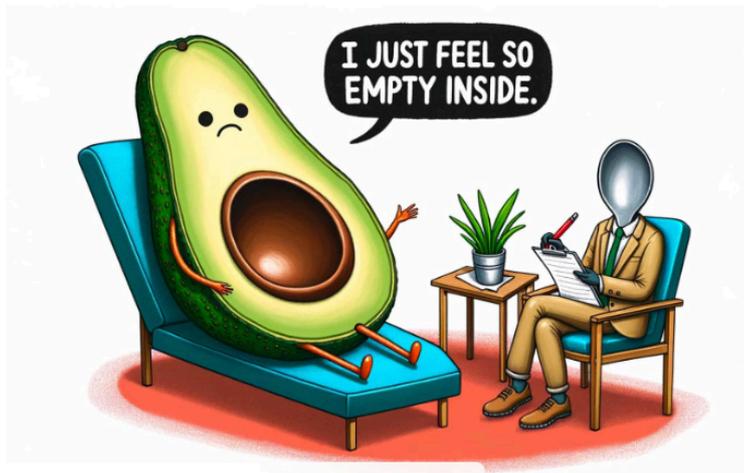
Algunas de estas herramientas generativas de imágenes también permiten manipular imágenes (cambiar la cara de una persona por otra, reemplazar el fondo de una fotografía por otro, eliminar o añadir un objeto a la imagen, modificar el cielo de una fotografía, cambiar la iluminación y el tono, etc.). Estas características no son nuevas. Las herramientas de postproducción llevan mucho tiempo en el sector audiovisual. Lo que marca la diferencia es que las IAs hacen los retoques en cuestión de segundos.

Así es como explica Dall-e cómo tiene en cuenta la descripción de las imágenes<sup>66</sup>:



<sup>66</sup> <https://openai.com/dall-e-3>

En este caso, el *prompt* en Dall-e 3 era: “An illustration of an avocado sitting in a therapist’s chair, saying ‘I just feel so empty inside’ with a pit-sized hole in its center. The therapist, a spoon, scribbles notes.”



 DALL-E 3

An illustration of an avocado sitting in a therapist's chair, saying 'I just feel so empty inside' with a pit-sized hole in its center. The therapist, a spoon, scribbles notes.

En este otro caso, el *prompt* de Adobe Firefly es: “Un lindo niño regordete duro con un mohawk punk y gafas de sol montando una motocicleta que parece amenazante en una calle sucia de la ciudad.”



## IA generadora de imágenes estáticas

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Particularidades
	<a href="#">DALL-E 3</a>	Disponible a partir del pago de Open AI (Chat GPT) Gratis a través de Bing Chat	Se utiliza a través de ChatGPT o Bing Chat
	<a href="#">Stable diffusion XL</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago) Código gratis	Open Source Plugins de manipulación de imágenes
	<a href="#">MidJourney</a>	Pago	Funciona a través de Discord
	<a href="#">Adobe Firefly</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Genera también gráfico vectorial Manipulación de imágenes Integración con la suite Adobe

Las herramientas de IA específicas para generar vídeo permiten producir contenido audiovisual de manera automatizada, desde recreaciones de eventos hasta simulaciones de entrevistas, pasando por la visualización de datos en formas innovadoras. Los periodistas pueden aprovechar estas tecnologías para crear reportajes más ricos y dinámicos, facilitando la explicación de temas complejos mediante visualizaciones claras y atractivas. Además, la IA generativa puede ayudar a producir contenido en tiempo real, permitiendo a los medios responder rápidamente a las noticias de última hora con material visual de apoyo. Sin embargo, es crucial utilizar estas herramientas con un enfoque ético, asegurando la veracidad y precisión del contenido generado, para mantener la confianza y credibilidad ante el público. Asimismo, aunque la calidad de las imágenes generadas pueda ser buena, el periodismo no puede subsistir con imágenes recurso. Este tipo de herramientas, no obstante, pueden ser una ayuda, en determinadas ocasiones, para mejorar el proyecto.

Transforman el texto en contenido audiovisual profesional en cuestión de minutos, accesibles directamente desde el navegador. Ofrecen la posibilidad de personalizar avatares con la propia voz del usuario o mediante un texto escrito, apoyado por una vasta biblioteca de voces disponibles en múltiples idiomas. Los usuarios pueden personalizar sus vídeos combinando diferentes escenas, añadiendo música a medida y eligiendo o creando el avatar que puede protagonizar el vídeo (amplia gama de etnias, edades, y poses, todos con una sincronización de labios excepcionalmente natural).

Además, la plataforma permite la creación de trajes generativos para los avatares, clonación de voz, y la animación de fotos para que hablen, ofreciendo una herramienta integral para la producción de contenido en redes sociales, vídeos explicativos, y material de apoyo con una rica personalización y adaptabilidad.

## IA generadora de vídeo

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Particularidades
 runway	<a href="https://runwayml.com">Runwayml</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Funcionalidades para imagen estática (incluir / eliminar elementos; ampliar marcos del contenido, etc.) Animación imagen estática
 HeyGen	<a href="https://heygen.com">HeyGen</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	+ 300 voces + 40 idiomas + 100 avatares Permite personalización del avatar Generación de guión
 synthesia	<a href="https://synthesia.io">synthesia.io</a>	Pago	Biblioteca audiovisual gratuita Generación de guión Personalización avatar Vídeo a partir de Power Point
 artflow	<a href="https://artflow.ai">Artflow.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Animación de imagen estática Personalización avatar

### Seguir la pista:

Google Lumiere es la IA de Google que se ha proyectado para realizar vídeos de forma automática. En el momento en el que se escribe esta guía solo se ha anunciado el proyecto con algún resultado, pero todavía no se puede usar.

Sora es la herramienta de OpenAi, creador de ChatGPT, para realizar vídeos a partir de *prompts*. De momento, no está abierta al público y solo unos cuantos expertos pueden acceder a ella. Los resultados que anuncian prometen una revolución.

## 5. ANÁLISIS DE DATOS

Estas herramientas de IA procesan y analizan grandes volúmenes de datos rápidamente, identificando patrones, tendencias y correlaciones. Permiten a los usuarios subir archivos de diversos formatos, facilitando así el análisis de datos directamente desde fuentes primarias. Además, pueden generar informes, visualizaciones y narrativas basadas en datos de manera eficiente, lo que permite a los periodistas centrarse en la interpretación y contextualización de la información. Esto no solo incrementa la productividad, sino que también mejora la precisión y profundidad del análisis.

Además de sus capacidades avanzadas en análisis y visualización de datos, también existen recursos basados en IA que se extienden al ámbito del procesamiento de lenguaje natural, ofreciendo herramientas especializadas en el análisis de textos. Estas aplicaciones realizan una amplia gama de funciones, incluyendo análisis de sentimiento, clasificación de texto, análisis de entidades, análisis de sintaxis y análisis de frecuencia de palabras, así como el reconocimiento de entidades nombradas. El análisis de sentimiento permite evaluar las emociones y opiniones expresadas en los textos, facilitando la comprensión de las percepciones y actitudes hacia temas específicos. La clasificación de texto automatiza la organización de documentos en categorías predefinidas, mejorando la eficiencia en la gestión de información. El análisis de entidades identifica y clasifica nombres propios de personas, organizaciones, lugares y más, mientras que el análisis de sintaxis desglosa la estructura gramatical de las oraciones para entender mejor la relación entre las palabras. Por otro lado, el análisis de frecuencia de palabras y el reconocimiento de entidades nombradas son herramientas cruciales para descubrir patrones y tendencias en grandes conjuntos de datos textuales.

Estas capacidades, combinadas con la integración de IA en el análisis de datos y texto, transforman la manera en que accedemos, interpretamos y utilizamos la información, permitiendo a los usuarios, desde investigadores hasta profesionales de la comunicación, extraer resultados valiosos con precisión y profundidad.

## IA para el análisis de bases de datos

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Particularidades
	ChatGPT Plus (code interpreter)	Pago	Permite subir archivos Análisis de datos Visualización de datos básica En su store hay otros GPT especializados en analítica (Wolfram, Data Analyst, por ejemplo)
 <b>Wolfram</b>	Wolfram (plug in ChatGPT)	Pago (suscripción en Open AI / ChatGPT)	Operaciones matemáticas computacionales Análisis de datos Desarrollo de algoritmos Acceso a datos geográficos e históricos
<b>Rows</b>	<a href="https://rows.com">Rows.com</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Similar a Excel pero con asistencia de IA Gráficos Integración con otras apps
<b>Julius</b>	<a href="https://julius.ai">Julius.ai</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Visualización de datos animada (Gifs) Interface Chat Análisis avanzados
 <b>Polymer</b>	<a href="https://polymersearch.com">Polymersearch</a>	Pago Prueba gratuita 14 días	Dashboards interactivos Visualización de datos Integración con otras apps (Google Drive, Facebook, etc.)

## IA para el análisis de textos (sentimiento, clasificación...)

Herramienta	Enlace	Modalidad de pago	Particularidades
 MonkeyLearn	<a href="#">MonkeyLearn</a>	Pago Demo bajo demanda	Análisis de sentimiento Clasificación de texto
 linguakit	<a href="#">Linguakit</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Análisis de sentimiento Análisis de entidades Análisis de sintaxis
 Cloud Natural Language	<a href="#">Google Cloud Natural Language API</a>	Freemium (versión gratuita y opciones premium de pago)	Análisis de sentimiento Análisis de entidades Análisis de sintaxis
	ChatGPT Plus (code interpreter)	Pago	Análisis de frecuencia de palabras Reconocimiento de entidades Análisis básicos

Para este tipo de análisis, existe también otra herramienta bastante intuitiva que no utiliza IA, pero que también puede utilizarse. [Google Pinpoint](#) es una herramienta pensada para que los periodistas analicen grandes volúmenes de documentos; en concreto, su parte textual. Permite buscar palabras, frases, ubicaciones, organizaciones y personas en los documentos, así como establecer clasificaciones propias que le sean útiles al periodista. Se puede trabajar de forma privada y también pública<sup>67</sup>.

<sup>67</sup> <https://journaliststudio.google.com/pinpoint/collections>

## TUTORIAL. ANÁLISIS DE DATOS CON CHATGPT

ChatGPT Plus (la versión de pago) ya tiene incorporado Code Interpreter, que es la funcionalidad que permite subir documentos y realizar análisis de datos. Por lo que no es necesario instalar ningún plugin. La visualización de datos que ofrece es básica pero bastante completa (gráfico de barras, de cajas, de líneas, mapa de calor, histograma, gráfico de tarta).

El modo de utilizar ChatGPT para esta faceta es, como en cualquier otra, a través de los *prompts* que van guiando el análisis.

Veamos un ejemplo de uso:

1. **Subir el archivo** y, en ese mismo paso, **incluir en el *prompt* el contexto**, y si se conocen, datos que ayuden a interpretar el archivo; en el caso de un CVS, el carácter que se utiliza para separar campos:



**You**



valenbisi-disponibilitat-valenbisi-dsipo...

Spreadsheet

Estos datos representan el uso de bicicletas publicas en la ciudad de Valencia. El archivo utiliza punto y coma (;) como delimitador de columnas

---



**ChatGPT**

Entendido. Voy a cargar y analizar el archivo que has subido para entender mejor los datos de uso de bicicletas públicas en la ciudad de Valencia. Un momento mientras realizo esta tarea.

He cargado los datos del archivo de uso de bicicletas públicas en Valencia. Aquí tienes un resumen de las primeras entradas:

- **Dirección:** Indica la ubicación de la estación de bicicletas.
- **Número:** Es el identificador único de la estación.
- **Activo:** Muestra si la estación está activa (T) o no.
- **Bicis disponibles:** Número de bicicletas disponibles para usar en la estación.
- **Espacios libres:** Número de espacios libres disponibles para devolver bicicletas.
- **Espacios totales:** Número total de espacios (incluyendo bicicletas disponibles y espacios libres).
- **Ticket:** Indica si es posible comprar un ticket en la estación (T para sí, F para no).
- **Fecha actualización:** La última fecha y hora de actualización de los datos de la estación.
- **Geo shape:** Información geográfica de la ubicación de la estación en formato JSON.
- **Geo point 2d:** Coordenadas geográficas de la estación.

Si necesitas un análisis específico o más detalles sobre estos datos, házmelo saber. [\[-\]](#)

## 2. Ajustar el documento con la información que vamos a querer analizar.

Si está todo ya en un único CSV, no se necesita realizar nada más.  
Si se desea “fusionar” varios archivos, se puede indicar:

**You**

Por favor, crea una columna extra que contenga el nombre del barrio de València en el que está ubicada la estación de bicicletas

**ChatGPT**

Para asignar el nombre del barrio a cada estación de bicicletas según su ubicación geográfica, necesitaríamos información adicional que relacione las coordenadas geográficas de cada estación con los barrios de Valencia. Esto podría lograrse de varias maneras, como tener un conjunto de datos que mapee áreas geográficas a barrios o utilizar un servicio de geocodificación inversa que pueda determinar el barrio basado en las coordenadas de latitud y longitud.

Dado que actualmente no tengo acceso a internet en esta plataforma, no puedo obtener directamente esta información adicional ni usar servicios de geocodificación inversa en tiempo real. Sin embargo, si tienes un conjunto de datos específico que mapea las áreas o coordenadas a barrios, podríamos utilizarlo para realizar esta tarea.

Si no dispones de tal conjunto de datos, otra opción sería buscar manualmente los barrios para algunas estaciones basándonos en sus coordenadas y después aplicar alguna forma de clasificación o asignación basada en la proximidad para el resto.

Por favor, indícame cómo te gustaría proceder o si hay alguna otra forma en que podría ayudarte con tu solicitud.

**You**

 valenbisi-disponibilitat-valenbisi-dsipo...  
File

Aquí tienes la información geográfica de cada estación

**ChatGPT**

Perfecto, ahora que tengo el archivo GeoJSON con la información geográfica de cada estación de bicicletas, voy a cargarlo y explorarlo para entender mejor cómo está estructurado. Esto me permitirá ver cómo podemos relacionar las estaciones con los barrios de Valencia. Un momento, por favor.

El archivo GeoJSON que has proporcionado incluye información detallada de las estaciones de bicicletas, como coordenadas, dirección, número, disponibilidad y más. Cada estación está representada como un objeto "Feature" con una geometría de tipo "Point" y un conjunto de propiedades asociadas.

Para asignar el nombre del barrio a cada estación de bicicletas, necesitaríamos relacionar estas coordenadas geográficas con los barrios de Valencia. Sin embargo, basándome en el contenido del archivo GeoJSON, parece que no incluye directamente el nombre del barrio para cada estación.

Si tienes un conjunto de datos adicional que relacione las coordenadas o las direcciones de las estaciones con los barrios, podríamos utilizarlo para enriquecer los datos actuales. De lo contrario, como mencioné anteriormente, necesitaríamos utilizar un servicio externo de geocodificación inversa para obtener los nombres de los barrios, lo cual no es posible en este entorno debido a la falta de acceso a internet.

 You

 **barris-barrios.geojson**  
File

Aquí tienes el archivo con la información de los barrios

 ChatGPT

Excelente, ahora voy a cargar y revisar el archivo GeoJSON con la información de los barrios para entender cómo podemos utilizarlo para asignar el barrio correspondiente a cada estación de bicicletas. Un momento, por favor.

El archivo GeoJSON con la información de los barrios carga correctamente y cada barrio está representado como un objeto "Feature" con una geometría de tipo "Polygon" y un conjunto de propiedades asociadas, incluyendo el nombre del barrio.

Para asignar el nombre del barrio a cada estación de bicicletas, podemos realizar los siguientes pasos:

1. **Extraer las coordenadas de cada estación de bicicletas** del archivo de estaciones que ya hemos cargado.
2. **Determinar en qué polígono (barrio) cae cada estación** usando las coordenadas de las estaciones y la geometría de los polígonos de los barrios.
3. **Asignar el nombre del barrio correspondiente** a cada estación de bicicletas basándonos en el paso anterior.

Este proceso implica cálculos geoespaciales, por lo que utilizaré la biblioteca `shape1y` para manejar la geometría de los polígonos y determinar la pertenencia de puntos a polígonos.

 Error analyzing 

Parece que hubo un error al tratar de convertir las coordenadas de las estaciones de bicicletas en objetos `Point` de Shapely. Esto se debe probablemente a un error en el formato de las coordenadas cuando intenté convertirlas a números reales. Déjame corregir ese error y volver a intentarlo. [\[-\]](#)

He corregido el problema y ahora he asignado a cada estación de bicicletas el barrio correspondiente en Valencia. Aquí tienes una vista previa de las direcciones de las estaciones junto con los barrios asignados:

Dirección	Barrio
Gaspar Aguilar - Vicente Parra	FAVARA
Blasco Ibañez - Clariano	LA VEGA BAIXA
Blasco Ibañez - Yecla	L'AMISTAT
Justo y Pastor - Duque de Gaeta	ALBORS
Plaza Músico Espí	TORREFIEL

Con esta información adicional, ¿hay algo más en lo que te pueda ayudar relacionado con el análisis de los datos de las estaciones de bicicletas públicas en Valencia? [\[-\]](#)

### 3. Solicitar la descarga del archivo

Esto nos permite revisar manualmente que la fusión está bien hecha y también tener una copia por si quisiéramos continuar el análisis desde ahí en otro momento.

 **You**  
Por favor, añade un enlace para descargar el nuevo csv con la columna añadida

 **ChatGPT**  
El nuevo archivo CSV, que ahora incluye la columna del barrio para cada estación de bicicletas, está listo para descargar. Puedes hacerlo a través del siguiente enlace:

[Descargar CSV con barrios](#)

Si necesitas más ayuda con este conjunto de datos o cualquier otro análisis, ¡aquí estoy para ayudarte! [-]

### 4. Ordenar el análisis

Indicar paso a paso los análisis o preguntas que tenemos respecto a la información proporcionada.

 **You**  
Eres un periodista experto en analítica de datos. Muestra una selección de tablas y gráficos que ayuden a identificar las principales tendencias sobre la red de bicicletas públicas. No tengas en cuenta la disponibilidad temporal del momento, sino la capacidad de bicicletas que tiene cada estación.

 **ChatGPT**  
Para centrarnos en la capacidad de bicicletas que tiene cada estación de la red pública de Valencia, sin tener en cuenta la disponibilidad temporal, analizaremos los siguientes aspectos:

1. **Capacidad total por barrio:** Sumaremos la capacidad total de bicicletas (espacios totales) por barrio para entender qué barrios tienen la mayor capacidad instalada.
2. **Promedio de capacidad por estación en cada barrio:** Calcular el promedio de la capacidad total (espacios totales) por estación en cada barrio para identificar si hay diferencias significativas en el tamaño promedio de las estaciones entre barrios.
3. **Visualizaciones:**
  - Un gráfico de barras para mostrar los barrios con la mayor capacidad total instalada de bicicletas.
  - Un gráfico de barras para mostrar los barrios con el mayor tamaño promedio de estación, indicando posiblemente áreas de alta inversión o áreas con esperada alta demanda.

Vamos a comenzar con el cálculo de la capacidad total por barrio y el promedio de capacidad por estación en cada barrio.

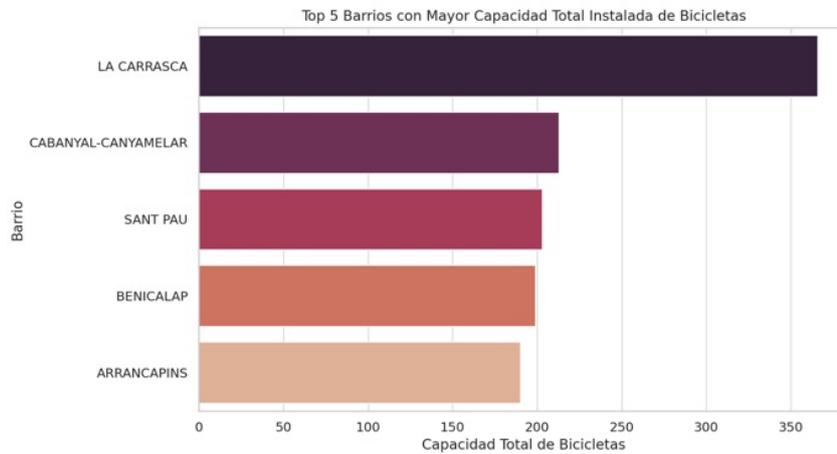
### Capacidad de la Red de Bicicletas Públicas por Barrio

Los barrios con la mayor capacidad total instalada de bicicletas son:

1. **La Carrasca:** Con una capacidad total de **366 espacios**.
2. **Cabanyal-Canyamelar:** Con una capacidad total de **213 espacios**.
3. **Sant Pau:** Con una capacidad total de **203 espacios**.
4. **Benicalap:** Con una capacidad total de **199 espacios**.
5. **Arrancapins:** Con una capacidad total de **190 espacios**.

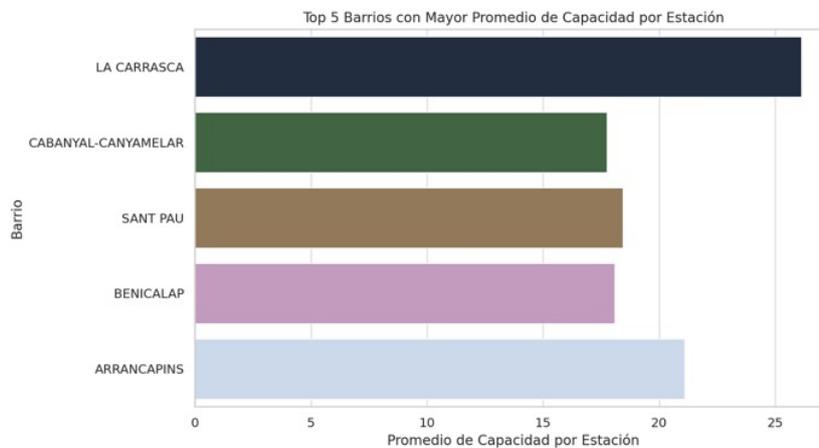
Estos barrios no solo cuentan con una gran capacidad total, sino que también muestran tamaños promedio de estación significativos, especialmente **La Carrasca**, que lidera tanto en capacidad total como en promedio de capacidad por estación, con **26.14 espacios por estación** en promedio.

Ahora, visualicemos estos datos para obtener una mejor comprensión de cómo se distribuye la capacidad de bicicletas públicas en Valencia. Comenzaremos con un gráfico de barras que muestre los barrios con la mayor capacidad total instalada. [-]



El gráfico destaca los barrios de Valencia con la mayor capacidad total instalada de bicicletas. **La Carrasca** sobresale significativamente, lo que sugiere que este barrio podría ser un centro neurálgico para el sistema de bicicletas públicas de Valencia, tanto por su capacidad como por su estratégica ubicación o demanda anticipada.

Ahora, veamos el tamaño promedio de las estaciones en estos barrios para entender mejor cómo se distribuye la capacidad dentro de cada barrio. Esto nos dará una idea de si la capacidad se distribuye de manera uniforme a través de estaciones grandes o si hay una mayor cantidad de estaciones más pequeñas. [-]



Este gráfico muestra los barrios con el mayor promedio de capacidad por estación, resaltando nuevamente **La Carrasca** en la cima. Esto indica no solo una alta capacidad total, sino también que las estaciones en este barrio tienden a ser más grandes en promedio, posiblemente para acomodar una mayor demanda de usuarios o anticipar un crecimiento futuro.

La capacidad de las estaciones de bicicletas públicas y su distribución por barrios ofrecen una visión de las áreas con mayor infraestructura dedicada al transporte en bicicleta, así como de las potenciales áreas de alta demanda. Estos análisis pueden ser útiles para planificar expansiones futuras, mejoras en la infraestructura ciclista o campañas de fomento del uso de la bicicleta en Valencia.

Si hay algún otro aspecto en el que te gustaría profundizar o alguna otra pregunta, estoy aquí para ayudar. [-]



## 5. Solicitar detalles pertinentes del análisis

**You**  
Muéstrame la tabla que resume la capacidad de bicicletas que hay por barrio

**ChatGPT**  
Aquí tienes la tabla que resume la capacidad de bicicletas por barrio en Valencia:

#	Barrio	Total Capacidad	Promedio Capacidad Estación
1	LA CARRASCA	366	26.14
2	CABANYAL-CANYAMELAR	213	17.75
3	SANT PAU	203	18.45
4	BENICALAP	199	18.09
5	ARRANCAPINS	190	21.11
...	...	...	...
66	EL CALVARI	20	20.00
67	LA CREU COBERTA	20	20.00
68	LES TENDETES	20	20.00
69	CAMI FONDO	19	19.00
70	SOTERNES	15	15.00

Esta tabla ofrece una visión completa de la capacidad de la red de bicicletas públicas en Valencia, desde los barrios con la mayor infraestructura y capacidad, como **La Carrasca**, hasta aquellos con una capacidad más modesta, como **Soternes**. Refleja la distribución y planificación del servicio de bicicletas en la ciudad, proporcionando insights valiosos para futuras decisiones sobre movilidad y transporte urbano sostenible.

Si necesitas detalles adicionales o tienes alguna otra pregunta, no dudes en decírmelo. [-]

**You**  
Quiero ver la tabla completa

**ChatGPT**  
Dado el tamaño de la tabla y para mantener la claridad en la visualización, puedo mostrarte la tabla en un formato que puedas descargar y explorar por completo. Te prepararé un archivo CSV con la información completa sobre la capacidad de bicicletas por barrio. Un momento, por favor. La tabla completa con la capacidad de bicicletas por barrio en Valencia está ahora disponible para descargar. Puedes hacerlo a través del siguiente enlace:

[Descargar tabla completa](#)

## 6. Solicitar un borrador para una noticia basado en el análisis

**You**  
Escribe un titular y una entrada que describa la red de bicicletas públicas basado en el análisis realizado

**ChatGPT**  
**Titular:**  
"Valencia Amplía su Red de Bicicletas Públicas: La Carrasca Lidera con la Mayor Capacidad"

**Entradilla:**  
"En un esfuerzo por promover el transporte sostenible, la ciudad de Valencia ha visto un significativo crecimiento en su red de bicicletas públicas. Un análisis detallado revela que La Carrasca emerge como el barrio con la infraestructura más robusta, ofreciendo la mayor cantidad de bicicletas disponibles. Este desarrollo marca un hito importante en la transformación urbana de Valencia hacia una movilidad más verde y eficiente."

## 7. Solicitar correcciones

ChatGPT no es infalible. Hay que revisar que está interpretando bien la situación y que lo que genera es correcto. Por ejemplo, en resultado anterior, habla de una ampliación de la red de bicicletas cuando no se le ha dado datos temporales para poder afirmar tal ampliación.

**You**  
No tenemos datos sobre las bicicletas que había anteriormente. No podemos hablar de una ampliación. Mejora el titular y la entrada

**ChatGPT**  
**Titular:**  
"La Carrasca Lidera la Red de Valenbisi con la Mayor Capacidad de Bicicletas en Valencia"

**Entradilla:**  
Valencia, en su compromiso con el transporte sostenible, ha desarrollado una red de bicicletas públicas destacada por su amplia capacidad y accesibilidad. Un análisis reciente revela que el barrio de La Carrasca encabeza la lista con una capacidad total de 366 espacios, evidenciando no solo la densidad de infraestructura ciclista en el área, sino también su potencial para fomentar una movilidad más verde y eficiente. Este estudio, que contempla la distribución de la capacidad total y el promedio de capacidad por estación en toda Valencia, ilumina la estrategia de la ciudad para equilibrar la demanda y la oferta de bicicletas, promoviendo así un cambio hacia formas de desplazamiento más sostenibles y saludables.

🔊 📄 ↺ 🗑️

## 8. Solicitar un archivo PDF con el informe del análisis

Es recomendable solicitar la exportación tanto de tablas como de procesos de análisis para poder almacenar un seguimiento que poder revisar posteriormente.

No obstante, como se puede comprobar a continuación, el nivel de detalle de su informe por defecto es muy sencillo -y poco útil-. Para mejorar la calidad de este, es aconsejable seguir conversando con el asistente para que tenga en cuenta los detalles que el periodista quiera incorporar.

 **You**  
Genera un informe en pdf con todo el proceso de análisis de datos realizado

 **ChatGPT**  
He generado un informe en PDF que resume todo el proceso de análisis de datos realizado sobre la red de bicicletas públicas en Valencia. Puedes descargar el informe a través del siguiente enlace:

[Descargar informe en PDF](#)

Este informe incluye una introducción al análisis, un resumen general, un análisis detallado por barrio, y las conclusiones obtenidas sobre la capacidad y distribución de las estaciones de bicicletas en Valencia. [-]

**Análisis de la Red de Bicicletas Públicas de Valencia**

**Informe de Análisis de Datos de Valenbisi**

Este informe presenta un análisis detallado de la red de bicicletas públicas en Valencia, focalizándose en la capacidad y distribución de las estaciones de bicicletas por barrio. El objetivo es proporcionar una visión clara de la infraestructura disponible para promover el uso de bicicletas como una alternativa de transporte sostenible.

**Resumen General**

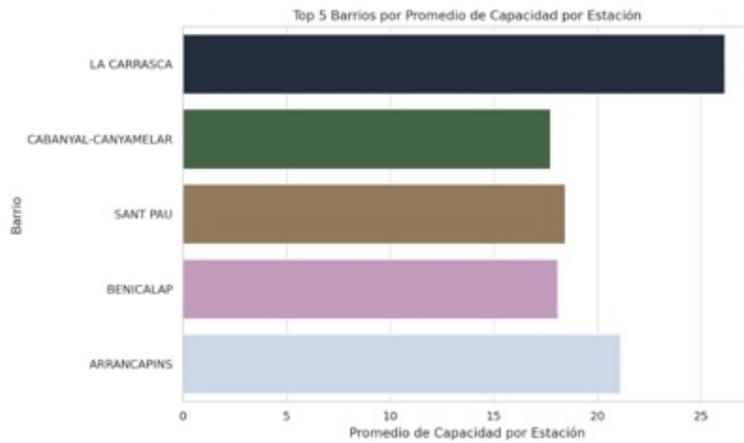
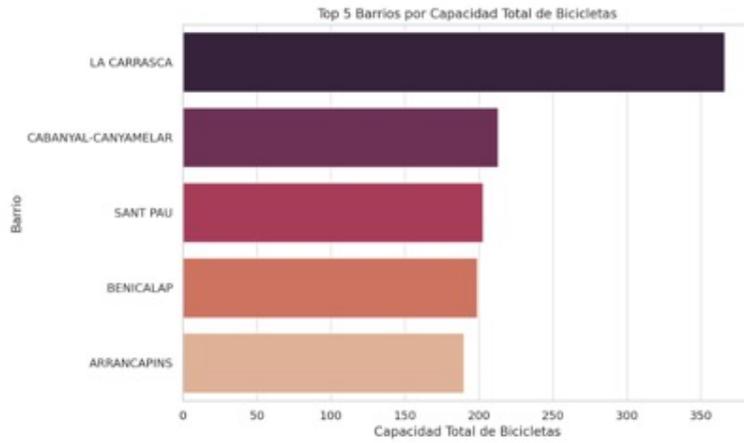
La red de bicicletas públicas de Valencia se caracteriza por su alta disponibilidad y accesibilidad, con un promedio de 8 bicicletas disponibles por estación y más del 99% de las estaciones activas. Este sistema no solo apoya la movilidad urbana sostenible, sino que también promueve la salud pública y reduce la congestión vehicular.

**Análisis por Barrio**

La Carrasca emerge como el barrio con la mayor capacidad total instalada, alcanzando los 366 espacios, mientras que barrios como Cabanyal-Canyamelar y Sant Pau también muestran una capacidad significativa. Este enfoque por barrio refleja el compromiso de Valencia con la creación de una red de bicicletas públicas equilibrada y extensamente accesible.

**Gráficos Resumen**

**Análisis de la Red de Bicicletas Públicas de Valencia**



**Conclusiones**

Valencia se posiciona como un líder en movilidad sostenible a través de su inversión en la red de bicicletas públicas. La infraestructura de Valenbisi, especialmente prominente en La Carrasca,

**Análisis de la Red de Bicicletas Públicas de Valencia**

muestra el potencial de la bicicleta como medio de transporte eficiente y ecológico. Este análisis subraya la importancia de continuar expandiendo y mejorando la red para satisfacer la creciente demanda de transporte sostenible.

# DISTRIBUCIÓN

La fase de distribución se puede implementar con herramientas de IA que cumplen diferentes funciones, como automatizar y personalizar la difusión en redes sociales, y también las respuestas a la audiencia a través de chatbots; sistematizar la recomendación de contenidos; mejorar las funciones SEO<sup>68</sup> o adaptar fácilmente los contenidos a otros formatos, entre otras. Para la mayoría de estas funciones, los medios han integrado IAs propias en sus sistemas, en colaboración con empresas tecnológicas. No obstante, existen opciones de acceso generalizado, la mayoría de pago.

Mención especial requiere la atención al público a través de chatbots. Este servicio se ha generalizado en ámbitos como la banca, pero es extrapolable a otros campos. Existen herramientas para crear chatbots con IA que conversan con el público. En el caso de los medios, puede ser de interés contar con este servicio en redes sociales o canales como WhatsApp y Telegram. Además de responder a las dudas de la audiencia, estos bots aprenden de la experiencia acumulada, de manera que son capaces de personalizar las respuestas. Además, estos chatbots pueden recomendar los contenidos del medio que tengan la respuesta a la pregunta de los usuarios o que cumplan con sus intereses. Además de respuestas por escrito, encontramos chatbots gestionados por avatares, que ayudan a personalizar la experiencia. A continuación, se destacan algunas herramientas que permiten automatizar la interacción con el público.

Herramienta	Enlace	Usos destacados
 <b>Echobox</b>	<a href="#">Echobox</a>	Automatiza y optimiza la distribución de contenidos en redes sociales Automatiza la creación, la optimización y el envío de correos y newsletters
 <b>SEO Tube</b>	<a href="#">vidIQ</a>	Optimización SEO para contenido audiovisual Genera resúmenes de vídeos y consejos de optimización
 <b>ChatGenius</b>	<a href="#">ChatGenius</a>	Creación de chatbots para webs Automatiza la respuesta Permite descubrir y recomendar contenido Más de 110 idiomas
 <b>Aivo</b>	<a href="#">Aivo</a>	Videos con avatares conversacionales y audios telefónicos con voces naturales Permite crear chatbots para automatizar conversaciones en redes sociales y plataformas de mensajería: WhatsApp, Telegram, Instagram y Twitter
 <b>Landbot</b>	<a href="#">Landbot</a>	Permite crear chatbots para automatizar conversaciones en redes sociales y plataformas de mensajería: WhatsApp, web, Facebook Messenger

<sup>68</sup> <https://www.lluiscodina.com/seotube-vidiq-youtube/>

# UTILIZAR LA IA DESDE LA ÉTICA: DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES DE USO

El uso de inteligencia artificial (IA) en el periodismo plantea una serie de desafíos éticos que los periodistas deben considerar para realizar un uso responsable y respetuoso con los principios fundamentales del periodismo<sup>69</sup>.

Entre los peligros asociados a la IA, los sesgos en los datos emergen como un problema fundamental, ya que pueden influir negativamente en la objetividad y precisión del contenido generado, perpetuando estereotipos y prejuicios. La transparencia en los procesos de IA y la rendición de cuentas se ven comprometidas por la opacidad de algunos algoritmos, lo que dificulta entender cómo se toman decisiones editoriales o se genera contenido, afectando a la confianza en estas herramientas.

Otro aspecto preocupante es el potencial de la IA para ser utilizada en la creación de desinformación, como textos o vídeos manipulados, que pueden ser indistinguibles de los reales, lo que plantea riesgos significativos para la integridad informativa. En el momento de escribir esta guía, no hay una herramienta infalible capaz de detectar con certeza cuánta parte de un texto ha sido generado por IA.

La privacidad de los datos se convierte en una cuestión crítica a medida que los sistemas de IA requieren acceso a grandes volúmenes de información, a menudo personal, para su funcionamiento, poniendo en riesgo la confidencialidad de las fuentes y la seguridad de los datos de los usuarios. En esta línea, es imprescindible revisar cuáles son las Condiciones de Uso de los proveedores, que definen, entre otras cosas, las características relacionadas con esta cuestión.

Asimismo, uno de los peligros más alarmantes está directamente relacionado con el desplazamiento laboral de los periodistas provocado por la automatización, especialmente en tareas rutinarias o de análisis de grandes *datasets*, lo que puede llevar a una reducción en la diversidad y profundidad de la cobertura periodística. La creciente dependencia de las herramientas de IA puede erosionar las habilidades críticas y de verificación de los periodistas, crucial para el periodismo investigativo.

Otro asunto nada menor es la cuestión de la autoría. El contenido generado por IA desafía las convenciones tradicionales sobre la creatividad y la propiedad intelectual en el periodismo. Por un lado, los derechos de autor sobre la obra creada a partir de IA; por otro, la vulneración de estos al ser usados determinados contenidos con copyright para servir “de inspiración” para la generación de obras nuevas.

Abordar estos desafíos exige una reflexión profunda sobre las prácticas y políticas relacionadas con el uso de la IA en el periodismo, enfocándose en desarrollar estándares que promuevan la integridad, la equidad, y la responsabilidad, para preservar la confianza del público y asegurar que la tecnología sirva como una herramienta de apoyo al periodismo de calidad, en lugar de un obstáculo.

<sup>69</sup> Consultar información detallada sobre los peligros de la IA y los retos del periodismo en Guallar y Lopezosa (2024); Lopezosa et al. (2023); Peña-Fernández et al. (2023); Gutiérrez Caneda et al. (2023); Helberger (2023); Piasecki (2023); Díaz Noci (2023a); Díaz Noci (2023b).



A finales de 2023, Reporteros Sin Fronteras, junto con dieciséis organizaciones internacionales periodísticas más, publicaron la **Carta de París sobre la IA y el Periodismo**<sup>70</sup>, estableciendo así principios para integrar la IA en el periodismo respetando la ética, la veracidad, y los derechos humanos. Enfatiza la importancia de mantener las decisiones humanas en el centro, asegurando que cualquier uso de IA sea transparente, evaluado de forma independiente, y alineado con los estándares éticos del periodismo. Destaca la responsabilidad de los medios por el contenido que publican, incluso cuando se utiliza IA, y aboga por la autenticidad y trazabilidad de los contenidos. Además, promueve la diversidad y la integridad en la personalización de contenidos, e insta a los periodistas y medios a participar activamente en la gobernanza de la IA, asegurando que los acuerdos con proveedores de IA sostengan los principios éticos y económicos esenciales del periodismo.

Son varios los documentos elaborados por medios de comunicación y organizaciones afines que han elaborado guías y recomendaciones éticas para el uso de IA en el periodismo. Es destacable la recopilación realizada por Patrícia Ventura<sup>71</sup>, quién también es autora del informe *“Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo”* publicado por el Consell de la Informació de Catalunya en 2021. A partir de una revisión de estos y otros informes, se sintetizan los siguientes principios éticos.

## PRINCIPIOS ÉTICOS

### Responsabilidad y supervisión personal

La IA es una herramienta complementaria significativa, diseñada para enriquecer y no para reemplazar el indispensable trabajo humano detrás de cada historia. Es crucial que los profesionales de los medios de comunicación ejerzan un juicio crítico en la selección, evaluación, supervisión y continua actualización de las herramientas de IA que decidan integrar en sus flujos de trabajo. Esta aproximación subraya la irremplazable importancia del juicio humano y la experiencia profesional en la creación y gestión de contenido periodístico. En este contexto, es esencial que los periodistas mantengan una comprensión profunda de las capacidades y limitaciones de la IA, comprometiéndose a verificar activamente la precisión y fiabilidad de la información generada por algoritmos.

Además, los periodistas deben asumir plena responsabilidad por las decisiones tomadas a lo largo del proceso de creación de contenido asistido por IA, incluida la elección meticulosa de los datos de entrada y la configuración de los algoritmos. La responsabilidad editorial y ética en la selección y presentación de las historias no puede ser delegada íntegramente a las máquinas. Esto implica una supervisión humana rigurosa no solo del producto final, sino también del proceso subyacente: comprender cómo funciona la IA, qué datos consume y cuáles son las implicaciones éticas y prácticas de emplear una herramienta específica. Este enfoque integral asegura que el periodismo, en su búsqueda de la verdad y la precisión, permanezca fiel a sus principios éticos fundamentales, incluso en la era de la automatización.

<sup>70</sup> [Carta de París sobre la Inteligencia Artificial y el Periodismo.](#)

<sup>71</sup> [Guías éticas para el uso de la inteligencia artificial en el periodismo.](#)

## **Protección de Datos y Privacidad**

Cumplir con las normativas locales e internacionales sobre protección de datos no es simplemente una obligación legal, sino también una cuestión de ética periodística. Este compromiso implica asegurar que toda recopilación, almacenamiento y procesamiento de datos personales se realice de manera transparente, respetando los derechos de privacidad de los individuos involucrados. Los profesionales de los medios deben estar profundamente familiarizados con las regulaciones vigentes y aplicar prácticas que estén en total conformidad con estas, protegiendo la información personal contra accesos no autorizados o usos indebidos.

En este sentido, al utilizar algoritmos para recopilar o procesar datos, es recomendable obtener el consentimiento informado de los participantes, explicando claramente los propósitos para los cuales se recogerán y utilizarán sus datos. Si la información recopilada se va a compartir con terceros, es imperativo asegurarse de que estos actores externos se adhieran a las mismas normas estrictas de protección de datos, utilizando la información exclusivamente para los fines acordados.

## **Innovación y calidad de contenidos**

La IA abre un abanico de posibilidades para innovar en la producción, distribución y personalización de contenidos. Sin embargo, esta tecnología debe emplearse con el objetivo primordial de elevar la calidad y la integridad del material informativo que se ofrece al público. El uso de la IA no debe traducirse en una proliferación de contenidos de baja calidad, generados en masa.

Explorar el uso de la IA de manera innovadora implica descubrir nuevas formas de contar historias, personalizar la experiencia informativa de cada usuario y mejorar la distribución de contenidos para que estos alcancen a una audiencia más amplia y diversa.

## **Ética y regulación**

En el contexto de una integración cada vez más profunda de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo, el respeto por los principios de ética profesional y el estricto cumplimiento de las regulaciones nacionales e internacionales se convierten en pilares fundamentales. La adopción de tecnologías de IA en la producción y distribución de contenidos informativos debe navegar dentro del marco de las normativas existentes, asegurando que estas herramientas no solo enriquezcan la calidad y accesibilidad de la información, sino que también protejan los derechos fundamentales y la integridad de los individuos implicados.

Los medios de comunicación deben adoptar un enfoque proactivo en la evaluación de riesgos, la mitigación de vulnerabilidades y la actualización continua de sus prácticas de seguridad, para defenderse contra amenazas emergentes en el panorama digital.

## Sostenibilidad

La adopción y el desarrollo de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo, como en cualquier otro sector, conllevan una huella medioambiental significativa, principalmente debido al consumo energético asociado con el entrenamiento y funcionamiento de modelos de IA de gran escala. Es imperativo que los medios de comunicación consideren este impacto ambiental y adopten estrategias para minimizarlo, avanzando hacia prácticas de IA más sostenibles. Esto incluye la optimización de los algoritmos para que sean más eficientes en términos de energía, la elección de centros de datos que utilicen energías renovables y el apoyo a la investigación en tecnologías de IA más ecológicas. Al tomar medidas proactivas para reducir la huella de carbono asociada con el uso de la IA, los medios no solo contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que también se alinean con una creciente demanda social por prácticas empresariales responsables y sostenibles.

## Formación y desarrollo profesional

La formación continua y la adaptación a las nuevas tecnologías son esenciales para los profesionales del sector y la sociedad en su conjunto. La promoción de programas de capacitación es importante para formar al personal con las habilidades necesarias para manejar estas herramientas de manera efectiva.

## REGULACIÓN



La nueva regulación de la Unión Europea (UE)<sup>72</sup> sobre la inteligencia artificial (IA), aprobada por el Parlamento Europeo en marzo de 2024 y con una implementación plena prevista para finales de 2026, establece un marco legislativo destinado a garantizar la seguridad y los derechos humanos frente al rápido avance tecnológico de la IA. Este reglamento es aplicable a una amplia gama de ámbitos, demostrando el enfoque integral de la UE para abordar los desafíos que plantea la IA.

Entre los aspectos clave de la regulación, se incluye la obligación de las empresas de realizar un análisis exhaustivo de los riesgos asociados con el desarrollo y la implementación de sus tecnologías de IA. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales para los ciudadanos o el medio ambiente, clasificando las aplicaciones de IA en categorías según su nivel de riesgo. La regulación prohíbe específicamente el uso de tecnologías de reconocimiento facial y sistemas de vigilancia en espacios públicos sin autorización judicial previa.

<sup>72</sup> [Ley de IA de la UE: primera normativa sobre inteligencia artificial. Regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence \(artificial intelligence act\) and amending certain union legislative acts.](#)

La IA generativa, como ChatGPT, ocupa un lugar especial en esta regulación. Aunque no se considera de alto riesgo, debe cumplir con requisitos específicos de transparencia y con la legislación europea de derechos de autor. Lo que se traduce en la obligación de:

- Revelar cuándo el contenido ha sido generado por IA
- Diseñar modelos para evitar la creación de contenido ilegal
- Publicar resúmenes de los datos protegidos por derechos de autor utilizados durante el entrenamiento.

Esta transparencia busca equilibrar la protección de los derechos de autor con el fomento de la innovación responsable en el campo de la IA generativa.

Los modelos de IA de uso general que tienen un alto impacto y que podrían representar un riesgo sistémico, como el avanzado GPT-4, deberán someterse a evaluaciones exhaustivas. Además, deben informar a la Comisión Europea sobre cualquier incidente grave que pueda surgir. Esto asegura que incluso las tecnologías de IA más innovadoras y potentes sean supervisadas adecuadamente, para minimizar los riesgos para los usuarios y la sociedad en general.

La regulación exige que cualquier contenido generado o modificado con ayuda de la IA, como imágenes, audio o videos, incluidas las “ultrafalsificaciones”, sea claramente etiquetado como tal. Esto aumenta la conciencia sobre la naturaleza del contenido y ayuda a combatir la desinformación y otros usos malintencionados de la tecnología de IA.

Cómo afecta la regulación a los medios:

- Los medios de comunicación deberán informar explícitamente a su audiencia cuando utilicen IA generativa para crear contenido, como artículos, reportajes o material multimedia. Esto busca garantizar que los consumidores sean plenamente conscientes de la naturaleza del contenido que consumen, promoviendo una mayor transparencia y fomentando la confianza entre el público y los medios.
- Es decir, si se utilizan imágenes que no son reales o un chat automatizado, deberán comunicar siempre a la ciudadanía que se trata de algo automatizado.
- Deberán asegurarse de que sus tecnologías de IA no solo cumplan con la legislación existente, sino que también sean capaces de filtrar y excluir contenido potencialmente dañino o ilegal.
- Al tener que revelar las fuentes de datos utilizadas para entrenar sus modelos de IA, los medios deben ser cuidadosos para asegurarse de que estos datos no infrinjan los derechos de autor o la privacidad de terceros.

En función del tipo de IA que se utilice, esta deberá cumplir un tipo de regulaciones u otras, dependiendo del nivel de riesgo por el que sea clasificada por la UE. Cómo se vaya a aplicar la regulación a las IAs diseñadas o aplicables a los medios de comunicación es una proyección sujeta a debate todavía<sup>73</sup>.

<sup>73</sup> Para conocer el debate académico sobre cómo afecta la IA Act europea a los medios de comunicación es aconsejable leer a Helberger y Diakopoulos (2022) que analizan el primer borrador de la ley (2021).

## CONCLUSIÓN

En la era digital, la tecnología se ha vuelto indispensable para el periodismo y la creación de contenidos, actuando como motor de innovación y evolución en los medios. Esta sinergia entre las herramientas tecnológicas y el ingenio humano es crucial, pues ofrece nuevas posibilidades para narrar historias y alcanzar al público. No obstante, es fundamental mantener un equilibrio, integrando avances tecnológicos para potenciar la calidad y alcance del periodismo, sin perder de vista que la esencia de la narrativa y la ética periodística radican en la perspectiva y sensibilidad humanas.

La inteligencia artificial se perfila como una herramienta de gran apoyo para el periodismo moderno, pero no como un sustituto de la esencia y el rigor que solo el periodismo puede aportar. Es imperativo recordar que la verdadera esencia de la profesión reside en la búsqueda activa de la verdad, lo que implica salir a la calle, sumergirse en los hechos, conversar cara a cara con las fuentes y verificar cada dato meticulosamente. Aunque ChatGPT y tecnologías similares pueden generar contenidos con una calidad narrativa impresionante, carecen de la capacidad para discernir la veracidad de los datos o capturar la complejidad humana detrás de cada historia. Por lo tanto, relegar la totalidad del proceso periodístico a las máquinas no solo comprometería la integridad del periodismo, sino que amenazaría su misma existencia. La inteligencia artificial debe ser vista como un aliado que enriquece y agiliza el trabajo de documentación y redacción, mientras que la responsabilidad de investigar, verificar y dar vida a las historias debe permanecer inalterablemente en manos de los periodistas. En este equilibrio entre tecnología y humanidad, el periodismo podrá no solo sobrevivir sino florecer, preservando su rol crítico en la sociedad.

# RECURSOS ADICIONALES

### Guías de uso para medios de comunicación

- [The Guardian's approach to generative AI](#) (*The Guardian*)
- [Le groupe Les Echos-Le Parisien s'engage face à l'intelligence artificielle générative](#) (*Le Parisien / CB News*)
- [Positionspapier bezüglich des Einsatzes Künstlicher Intelligenz im Journalismus](#) (Deutscher Journalisten-Verband (DJV)) [Asociación Alemana de Periodistas]
- [Letter from the editor on generative AI and the FT](#) (*Financial Times*)
- [News/Media Alliance AI Principles](#) (News/Media Alliance)
- [How WIRED Will Use Generative AI Tools](#) (*Wired*) / Cómo utilizará WIRED las herramientas de inteligencia artificial generativa
- [Artificial intelligence at The Associated Press](#) (The Associated Press)
- [AI Procurement and Use Guidebook for Newsrooms](#) (Partnership on AI, Knight Foundation's AI and Local News Initiative)
- [Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem](#)
- [Beginner's prompt handbook: ChatGPT for local news publishers](#) (Joe Amditis) / *Manual para principiantes: ChatGPT para editores de noticias locales*

### Informes

- [Generando el cambio. Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA](#) (Charlie Beckett y Mira Yaseen) - JournalismAI en London School of Economics and Political Science
- [Inteligencia Artificial para periodistas](#) - Prodigioso Volcán
- [La inteligencia artificial en el periodismo](#). Pulso España (Metroscopia)
- [Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo](#) - Patricia Ventura Pocino (Fundació Consell de la Informació de Catalunya)
- [AI journalism Starter Pack](#) (JournalismAI)
- [White Paper on Generative AI and Disinformation: Recent Advances, Challenges, and Opportunities](#) (Vera.ai)

### **Blogs y noticias**

- [La inteligencia artificial generativa irrumpe en el mundo de los medios](#) (Cuadernos de Periodistas)
- [Generative AI Newsroom](#): Blog sobre aplicación de la IA generativa en las redacciones
- [ChatGPT en medios digitales](#) (Lluís Codina)
- [AI and journalism: What's next?](#) (Reuters Institute)

### **Recursos digitales**

- [AI Tools for Journalists](#) (Journalists Toolbox)
- [AI Methodology Map](#) (Presentación)
- [AI Tools for Local Newsrooms Database](#) (Partnership on AI (PAI))

### **Recursos digitales**

- [Artificial](#), la newsletter sobre IA de Delia Rodríguez (español)
- [Journalism AI](#), la newsletter de POLIS/London School of Economics (inglés)
- [Journalists Toolbox](#), la newsletter Mike Reilley (inglés)

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, C.W. (2013). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New media and society*, 15, 7, 1005-1021.
- Barca, R. (September 28, 2023). Has the authentic recording of the phone call between Michal Šimečka and Monika Tódová been leaked? AFP, The facts.
- Bazán-Gil, V. (2023). Artificial intelligence applications in media archives. *Profesional de la información*, 32(5), e320517.
- Boden, M. A. (2017). *Inteligencia artificial*. Madrid: Turner.
- Bontcheva, K., Papadopoulous, S., Tsalakanidou, F., Gallotti, R., Krack, N., Teyssou, D., ... y Verdoliva, L. (2024). Generative AI and Disinformation: Recent Advances, Challenges, and Opportunities.
- Bounegru, L. (2012). Data journalism and computer-assisted reporting. En Gray, Jonathan, Chambers, L., y Bounegru, L. *The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news*. Sebastopol, CA: O'Reilly, pp. 21-22.
- Canavilhas, J. (2022). Artificial intelligence and journalism: Current situation and expectations in the Portuguese sports media. *Journalism and media*, 3(3), 510-520.
- Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431.
- Chai, L., Bau, D., Lim, S. N., y Isola, P. (2020). What makes fake images detectable? understanding properties that generalize. En Computer Vision—ECCV 2020: 16th European Conference, Glasgow, UK, August 23–28, 2020, Proceedings, Part XXVI 16 (pp. 103-120). Springer International Publishing.
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A review of artificial intelligence adoptions in the media industry. *International journal on media management*, 21, 3-4, 193-215.
- Cid, G. (2017). Este robot reemplazará a los periodistas (empezando por los deportivos). *El Confidencial*, 31 agosto. [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-08-31/goles-robots-noticias-narrativa-startup\\_1436100](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-08-31/goles-robots-noticias-narrativa-startup_1436100)
- Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist. *Journalism Practice*, 8(5), 519-531.
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn. A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348.
- Codina, Ll., y Váñez, M. (2018). Periodismo computacional: evolución, casos y herramientas. *Profesional de la información*, 27(4), 759-768.
- Conti, E., Salvi, D., Borrelli, C., Hosler, B., Bestagini, P., Antonacci, F., Sarti, A., Stamm, M. C., y Tubaro, S. (2022). Deepfake Speech Detection Through Emotion Recognition: A Semantic Approach. ICASSP 2022 - 2022 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing (ICASSP), Singapore, Singapore, 2022, pp. 8962-8966.
- Cox, M. (2000). The development of computer-assisted reporting. En *Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication*, pp. 1-22.
- Cuccovillo, L., Gerhardt, M., y Aichcroft, P. (December 4, 2023). Audio Spectrogram Transformer for Synthetic Speech Detection via Speech Formant Analysis. IEEE International Workshop on Information Forensics and Security (WIFS), Nuremberg, Germany.

- Das, A., Liu, H., Kovatchev, V., y Lease, M. (2023). The state of human-centered NLP technology for fact-checking. *Information processing & management*, 60(2), 103219.
- De-Lara, A., García-Avilés, J-A, y Arias-Robles, F. (2022). Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales. *Textual & visual media*, 15.
- De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook. *Journalism and media*, 3(1), 13-26.
- De-Lima-Santos, M. F., Aljoshia-Karim, S., y Bruns, A. (2020). Out-of-the-box versus in-house tools: how are they affecting data journalism in Australia? *Media international Australia*, 15.
- Diakopoulos, N. (2011). *A functional roadmap for innovation in computational journalism*. <https://cutt.ly/LkMd22h>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news. How algorithms are rewriting the media*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Diakopoulos, N. (2020). Computational news discovery: towards design considerations for editorial orientation algorithms in journalism. *Digital Journalism*, 8 (7), 945-967.
- Díaz Noci, J. (2023). Inteligencia artificial, noticias y medios de comunicación: Una aproximación jurídica desde la perspectiva de la propiedad intelectual al concepto y atribución de autoría. *Textual & Visual Media*, 17(1): 7-21.
- Díaz Noci, J. (2023). Merging or plagiarizing? The role of originality and derivative works in AI-aimed news production. *Hipertext.net*, (26), 69-76.
- Dobрева, D. (November 1, 2023). Tityukov's audio of vote trading was leaked, he is contacting the prosecutor's office. BNR (Bulgarian National Radio).
- Dörr, Konstantin-Nicholas 2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700- 722.
- EDMO (2023). Disinformation narratives during the 2023 elections in Europe. EDMO Task Force on the 2024 European Parliament Elections.
- Fanta, A. (2017). *Putting Europe's robots on the map: Automated journalism in news agencies*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://bit.ly/2m3NFzv>
- Flores-Vivar, J.-M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxac omunicación*, 29, 197-212.
- Flores-Vivar, J-M (2018). Algoritmos, aplicaciones y big data, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos. *Revista de comunicación*, 17(2), 268-291.
- Fuchs, M. (January 17, 2018). Robo-reporters: The end of the story for journalism? *Huffington post*. <https://goo.gl/kGV8qu>
- García-Avilés, J.A., Arias, F., De Lara, A., Paisana, M., Carvajal, M., Foá, C., García-Ortega, A., Margato, D., Crespo, M., Quiles, B., y Valero, J.M. (2023). *Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)*. Pamplona: IBERIFIER.
- Gehrmann, S., Strobelt, H., y Rush, A. M. (2019). Gltr: Statistical detection and visualization of generated text. *ArXiv*

- Goichman, R. (February 15, 2017). Written by a robot: Will algorithms kill journalism? Haaretz. <https://www.haaretz.com/israel-news/business/1.771758>
- Goodman, J., y Hashim, M. (October 5, 2023). AI: Voice cloning tech emerges in Sudan civil war. *BBC*.
- Graefe, A. (January 7, 2016). Guide to automated journalism. *Columbia journalism review*. <https://cutt.ly/SkMufyO>
- Guallar, J.; Lopezosa, C. (2024). Inteligencia artificial, desinformación y aspectos éticos. En M. Ribera y O. Díaz Montesdeoca (coords.). *ChatGPT y educación universitaria: posibilidades y límites de ChatGPT como herramienta docente* (pp. 87-96). Octaedro. <http://hdl.handle.net/10760/45337>
- Gutiérrez-Caneda, B.; Vázquez-Herrero, J; López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *Profesional de la información*, 32(5), e320514. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14>
- Haliassos, A., Mira, R., Petridis, S., y Pantic, M. (2022). Leveraging real talking faces via self-supervision for robust forgery detection. En Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (pp. 14950-14962).
- He, Y., Gan, B., Chen, S., Zhou, Y., Yin, G., Song, L., ... y Liu, Z. (2021). Forgerynet: A versatile benchmark for comprehensive forgery analysis'. En Proceedings of the IEEE/CVF conference on computer vision and pattern recognition (pp. 4360-4369).
- Helberger, N. (2023, 18 de julio). Generative AI in Media & Journalism: Think Big, But Read the Small Print First. *Generative AI in the Newsroom* [Medium post]. <https://generative-ai-newsroom.com/generative-ai-in-media-journalism-think-big-but-read-the-small-print-first-375f2ecb1256>
- Henn, S. (October 31, 2012). The night a computer predicted the next president. *NPR*. <https://cutt.ly/BkMQU1N>
- Henriksson, T. (2023). New survey finds half of newsrooms use Generative AI tools. WAN-IFRA World Association of News Publishers. <https://wan-ifra.org/2023/05/new-genai-survey/>
- Jawahar, G., Abdul-Mageed, M., y Lakshmanan, L. (2020). Automatic Detection of Machine Generated Text: A Critical Survey. En Proceedings of the 28th International Conference on Computational Linguistics, pages 2296–2309, Barcelona, Spain (Online). International Committee on Computational Linguistics.
- Jung, J-W., Heo, H-S., Tak, H., Shim, H-J., Chung, J. S., Lee, B-J., Yu, H-J & Evans, N. (2022). AASIST: Audio Anti-Spoofing Using Integrated Spectro-Temporal Graph Attention Networks. *ICASSP 2022 - 2022 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing (ICASSP)*, Singapore, Singapore (pp. 6367-6371).
- Karras, T., Laine, S., y Aila, T. (2019). A Style-Based Generator Architecture for Generative Adversarial Networks. En Proceedings of the IEEE/CVF conference on computer vision and pattern recognition (pp. 4401-4410).
- Kartal, Y-S., Kutlu, M. (2023). Re-think before you share: a comprehensive study on prioritizing check-worthy claims. *IEEE transactions on computational social systems*, 10(1), 362-375.
- Konstantinovskiy, L., Price, O., Babakar, M., y Zubiaga, A. (2021). Toward automated factchecking: developing an annotation schema and benchmark for consistent automated claim detection. *Digital threats: research and practice*, 2(2).

- Kumarage, T., Garland, J., Bhattacharjee, A., Trapeznikov, K., Ruston, S., y Liu, H. (2023). Stylometric Detection of AI-Generated Text in Twitter Timelines. *ArXiv*.
- Larraz, I., Míguez, R., y Sallicati, F. (2023). Semantic similarity models for automated fact-checking: ClaimCheck as a claim matching tool. *Profesional de la información*, 32(3).
- Léchenet, A. (2014). *Global database investigations: The role of the computer-assisted reporter*. Reuters Institute fellowship paper. <https://cutt.ly/FkNG99C>
- Lecompte, C. (September 1, 2015). Automation in the newsroom. *Nieman reports*. <http://niemanreports.org/articles/automation-in-the-newsroom>
- Lindén, C-G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The journal of media innovations*, 4(1), 60-76.
- Liu, X., Zhang, Z., Wang, Y., Pu, H., Lan, Y., y Shen, C. (2023). Coherence-Enhanced Machine-Generated Text Detection Under Data Limitation With Contrastive Learning. *ArXiv*.
- Lopezosa, C., Codina, Ll., Pont-Sorribes, C., y Vázquez, M. (2023). Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: challenges, uses and training proposal. *Profesional de la información*, 32(4), e320408.
- Macko, D., Moro, R., Uchendu, A., Lucas, J., Yamashita, M., Pikuliak, M., Srba, I., Le, T., Lee, D., Simko, J., y Bielikova, M. (2023). MULTITuDE: Large-Scale Multilingual Machine-Generated Text Detection Benchmark. In Proceedings of the 2023 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, Singapore. Association for Computational Linguistics (pp. 9960–9987).
- Martín, A., Huertas-Tato, J., Huertas-García, Á., Villar-Rodríguez, G., y Camacho, D. (2021). FacTeR-check: semi-automated fact-checking through semantic similarity and natural language inference. *Arxiv*.
- Matos-Mejías, C., y López-Meri, A. (2023). Producción de información periodística con Inteligencia Artificial en periodos de circulación masiva de datos: Las elecciones de Cataluña y la pandemia de la Covid-19. En Carrero, Oliver, y Alicia Parras (Eds.) *Visiones contemporáneas: narrativas, escenarios y ficciones*. Madrid: Fragua (p. 126-139).
- McGregor, S. (March 18, 2013). CAR hits the mainstream. *Columbia journalism review*. [http://www.cjr.org/data\\_points/computer-assisted\\_reporting.php](http://www.cjr.org/data_points/computer-assisted_reporting.php)
- Meaker, M. (October 9, 2023). Deepfake audio is a Political Nightmare. *Wired*.
- Montal, T., Reich, Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author? *Digital Journalism*, 5(7), 829-849.
- Montoro-Montarroso, A., Cantón-Correa, J., Rosso, P., Chulvi, B., Panizo-Lledot, Á., Huertas-Tato, J., Calvo-Figueras, B., Rementeria, M. J., y Gómez-Romero, J. (2023). Fighting disinformation with artificial intelligence: fundamentals, advances and challenges. *Profesional de la información*, 32(3), e320322.
- Moran, R. E.; Shaikh, S-J. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756-1774.
- Mullin, B. (April 27, 2016). Bloomberg EIC: Automation is 'crucial to the future of journalism. *Poynter*. <https://www.poynter.org/news/bloomberg-eic-automation-crucial-future-journalism>

- Nakov, P., Da San Martino, G., Elsayed, T., Barrón-Cedeño, A., Míguez, R., Shaar, S., ... y Kartal, Y. S. (2021). Overview of the CLEF–2021 CheckThat! lab on detecting check-worthy claims, previously fact-checked claims, and fake news. En *International conference of the cross-language evaluation forum for European languages. Experimental IR meets multilinguality, multimodality, and interaction* (pp. 264-291).
- Newman, 2023. [Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023](#)
- Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., y Mera-Fernández, M. (2021). The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production. *Profesional de la información*, 30(3).
- Peña-Fernández, S., Meso Ayerdi, K., Larrondo Ureta, A., y Díaz Noci, J. (2023). Sin periodistas, no hay periodismo: la dimensión social de la inteligencia artificial generativa en los medios de comunicación. *Profesional de la información*, 32(2), e320227.
- Piasecki, S. (2023, 14 de diciembre). Developing a Checklist for the Procurement of External AI Systems by Media Organizations. *Generative AI in the Newsroom* [Medium post]. <https://generative-ai-newsroom.com/developing-a-checklist-for-the-procurement-of-external-ai-systems-by-media-organizations-8470b3b3a407>
- Reveland, C., y Siggelkow, P. (November 13, 2023). False Tagesschau audio files in circulation. *Tagesschau*.
- Rojas-Torrijos, J. L., y Herrera-Damas, S. (2023). *Manual de nuevos perfiles profesionales para el periodismo y la no ficción*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., y Ommer, B. (2022). High-Resolution Image Synthesis with Latent Diffusion Models. En *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition* (pp. 10684-10695).
- Rossler, A., Cozzolino, D., Verdoliva, L., Riess, C., Thies, J., y Nießner, M. (2019). Faceforensics++: Learning to detect manipulated facial images. In *Proceedings of the IEEE/CVF international conference on computer vision* (pp. 1-11).
- Royal, C., y Blasingame, D. (2015). Data journalism: An explication. *ISOJ*, 6(1). <https://isojournal.wordpress.com/2015/04/15/data-journalism-an-explication>
- Rusell, S., y Norvig, P. (2003). *Artificial intelligence. A modern approach*. Pearson Education. <https://zoo.cs.yale.edu/classes/cs470/materials/aima2010.pdf>
- Sánchez-García, P., Merayo-Álvarez, N., Calvo-Barbero, C., & Diez-Gracia, A. (2023). Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: companies and tools for documentation, production and distribution of information. *Profesional De La información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.08>
- Sánchez-García, P., Merayo-Álvarez, N., Calvo-Barbero, C., y Diez-Gracia, A. (2023). Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: companies and tools for documentation, production and distribution of information. *Profesional de la información*, 32(2), e320208.
- Sánchez-Gonzales, H., y Sánchez-González, M. (2020). Conversational bots used in political news from the point of view of the user's experience: Politibot. *Communication & Society*, 33(4), 155-168.

- Sandle, T. (February 3, 2018). Op-Ed: Has this article been written by a robot? *Digital Journal*. <https://goo.gl/Mgfjbs>
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A. I., y López-García, X. (2021). Sistemas de verificación en medios nativos digitales e implicación de la audiencia en la lucha contra la desinformación en el modelo ibérico. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 41-61.
- Stiff, H., y Johansson, F. (2022). Detecting computer-generated disinformation. *International Journal of Data Science Analytics*, 13, 363-383.
- Tak, H., Jung, J.-W., Patino, J., Kamble, M., Todisco, M., y Evans, N. (2021). End-to-end spectro-temporal graph attention networks for speaker verification anti-spoofing and speech deepfake detection. Proc. 2021 Edition of the Automatic Speaker Verification and Spoofing Countermeasures Challenge (pp 1-8).
- Thorne, J., y Vlachos, A. (2018). Automated fact checking: task formulations, methods and future directions. En *Proceedings of the 27th International conference on computational linguistics* (pp. 3346-3359).
- Thurman, N. (2019a). Personalization of news. En Vos, T., y Hanusch, F. *The international encyclopedia of journalism studies*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons (pp. 1-6).
- Thurman, N. (2019b). Computational journalism. En Wahl-Jorgensen, K., y Hanitzsch, T. *The handbook of journalism studies*, New York: Routledge (pp. 180-195).
- Túñez-López, J.-M., Toural-Bran, C., y Cacheiro-Requeijo, S. (2018). Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España. *Profesional de la información*, 27(4), 750-758.
- Túñez-López, J.-M. (2021). Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: cobotización, gig economy, co-creación y gobernanza. Fonseca, *Journal of communication*, 22.
- Uchendu, A., Le, T., y Lee, D. (July 05, 2023). Attribution and Obfuscation of Neural Text Authorship: A Data Mining Perspective. ACM SIGKDD Explorations Newsletter.
- Uchendu, A., Ma, Z., Le, T., Zhang, R., y Lee, D. (2021). TURINGBENCH: A Benchmark Environment for Turing Test in the Age of Neural Text Generation. En *Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2021, Punta Cana, Dominican Republic* (pp 2001-2016).
- Ufarte-Ruiz, M.-J., Murcia-Verdú, F.-J., & Túñez-López, J.-M. (2023). Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists. *Profesional de la información*, 32(2).
- Ufarte-Ruiz, M.-J., y Manfredi-Sánchez, J.-L. (2019). Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa. *Doxa comunicación*, 29, 213-233.
- Valik, P. (2023). The artificially created voice of Michal Šimečka calls for the price of beer to rise. DEMAGÓG - Factcheck of political discussions.
- Van-Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines. How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648- 658.
- Ventura, P. (2021). *Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo*. Consell de la Informació de Catalunya. [https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorismes\\_a\\_les\\_redaccions\\_ESP\\_.pdf](https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorismes_a_les_redaccions_ESP_.pdf)

Villareal, M. (Mayo 31, 2017). El impacto de la IA y la automatización sobre las noticias. *MediaLab press*.

Villar-Gutiérrez, M. Á. (Marzo 29, 2017). infoPlayas e infoEsquí, dos experimentos de periodismo-robot para los lectores. *Medium*.

Vykopal, I., Pikuliak, M., Srba, I., Moro, R., Macko, D., y Bielikova, M. (2023). Disinformation Capabilities of Large Language Models. *ArXiv*.

Wang, S. (February 5, 2018). This hyperlocal news site in San Francisco is reinventing itself with an automated local news wire. *NiemanLab*

Zhong, W., Tang, D., Xu, Z., Wang, R., Duan, N., Zhou, M., Wang, J., y Yin, J. (2020). Neural Deepfake Detection with Factual Structure of Text. En *Proceedings of the 2020 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP), online*. Association for Computational Linguistics (pp. 2461-2470).



# INTRODUCCIÓN AL USO DE LA IA EN PERIODISMO

GUÍA DE REFERENCIAS Y MODOS DE USO