RELIGACIÓN
REVISTA

Análisis de la producción de noticias con inteligencia artificial y el impacto en la percepción de la audiencia

Analysis of news production with artificial intelligence and the impact on audience perception

Jammell Andrea Cayambe Vinueza, Fabián Vladimir Argudo Palomeque

Resumen

La inteligencia artificial ha revolucionado la producción de noticias, transformando la forma en que se recopila, procesa y distribuye la información. Su implementación ha permitido generar contenidos de manera más rápida y personalizada, optimizando procesos, sin embargo, esta innovación plantea desafíos éticos y profesionales que afectan la calidad periodística, la seguridad y privacidad de datos, los desafíos laborales, así como a la percepción del público frente a incorporación de esta innovación tecnológica y metodológica dentro del ámbito de la comunicación. La presente investigación tiene como objetivo analizar el uso de la inteligencia artificial en la producción de noticias y su impacto en la percepción de la audiencia. La metodología utilizada empleó un enfoque mixto secuencial explicativo. En una primera etapa se recolectaron datos cualitativos y cuantitativos a través de entrevistas a profundidad a expertos, así como encuestas que permitieron analizar el impacto de la inteligencia artificial en la producción de noticias y su influencia en la percepción de la audiencia. En conclusión, la inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta eficaz para agilizar la generación de contenido, personalizar noticias, pero también plantea desafíos éticos y riesgos asociados a la posible difusión de información sesgada.

Palabras clave: Inteligencia Artificial; Impacto; Periodismo; Noticias; Percepción.

Jammell Andrea Cayambe Vinueza
Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jammell.cayambe.71@est.ucacue.edu.ec
https://orcid.org/0009-0005-8011-7819
Fabián Vladimir Argudo Palomeque
Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | vargudo@ucacue.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-0121-0424

http://doi.org/10.46652/rgn.v10i45.1391
ISSN 2477-9083
Vol. 10 No. 45 abril-junio, 2025, e2501391
Quito, Ecuador

Enviado: octubre 17, 2024
Aceptado: diciembre 24, 2024
Publicado: enero 26, 2025
Publicación Continua

CC BY NC ND

RELIGACIÓN CICSHAL
Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanidades desde América Latina

Abstract

Artificial intelligence has revolutionized news production, transforming how information is collected, processed, and distributed. Its implementation has allowed content to be generated more quickly and personalized, optimizing processes. However, this innovation creates ethical and professional challenges that affect journalistic quality, data security and privacy, labor issues, and public perception towards incorporating this technological and methodological innovation within the field of communication. This research aims to analyze the use of artificial intelligence in news production and its impact on audience perception. The methodology used a mixed sequential explanatory approach. In the first stage, qualitative and quantitative data were collected through in-depth interviews with experts and surveys that allowed to analyze the impact of artificial intelligence on news production and its influence on audience perception. In conclusion, artificial intelligence has proven to be an effective tool to streamline content generation, personalize news. However, it also poses ethical challenges and risks associated with the possible dissemination of biased information.

Keywords: Artificial Intelligence; Impact; Journalism; News; Perception.

Introducción

En la actualidad la inteligencia artificial (IA) se ha convertido en un instrumento de suma importancia para el periodismo, específicamente en los noticieros, tal es el caso del canal de televisión ecuatoriana, Teleamazonas, que dentro de su horario estelar del noticiero 24 horas de la 13h00, tiene un segmento informativo con un presentador producido con inteligencia artificial, el cual para interactuar con sus televidentes promueve una campaña para darle nombre al nuevo anchor virtual. El hecho de incrementar la inteligencia artificial en la producción de noticias requiere un enfoque cuidadoso y considerado. Es por ello, que esta investigación analiza el uso de la inteligencia artificial en la producción de noticias con el fin de verificar la utilidad y la eficiencia de la IA en el periodismo ecuatoriano.

Algunos investigadores como Turing (2009), han centrado sus esfuerzos en la creación de robots capaces de aprender de manera similar a como lo hacen los niños. "Es la ciencia para construir máquinas inteligentes, programas de computación inteligentes. Así como, usar computadoras para entender la inteligencia humana, pero no limitada a métodos observables biológicos" (McCarthy, 2007).

Luego de la integración de los medios de comunicación, estamos en la actualmente llamada era digital, el siglo del cambio, este argumento se caracteriza por los avances de la ciencia y tecnología (Robledo-Dioses, 2017). De acuerdo con los aportes significativos se ha logrado la realización de un análisis de producción científica sobre el periodismo e inteligencia artificial mediante una revisión metódica, que no trata solo de un tema con una visión general y cuantitativa, también evalúa y sintetiza los resultados de los estudios desde una perspectiva integradora (Parratt et al., 2021). A pesar de los avances del estudio de la IA el verdadero desafío radica en encontrar formas de utilizarla de manera consciente e investigar como implementar la IA para realizar acciones que, hasta ahora parecían inimaginables (Passeron, 2022).

Esta investigación tiene como objetivo, analizar la integración de la inteligencia artificial en el periodismo ecuatoriano para comprender su impacto en la interacción con la audiencia y es factible en razón que la inteligencia artificial se ha integrado ampliamente en el periodismo y los medios digitales, consolidándose como una herramienta esencial para los comunicadores.

Referencial Teórico

Inteligencia Artificial en el periodismo

Los profesionales del periodismo deben abordar estos desafíos de manera ética y cuidadosa mientras aprovechan las oportunidades que la IA puede ofrecer para optimizar la aptitud y la eficiencia en la industria. En las líneas de la actuación la principal es la IA con la comprobación de noticias. A nivel del ámbito periodístico la inteligencia artificial se ha incorporado desde el año 2022 en el medio informativo digital GK, presentándonos a Gabriele su reportero robot quien convierte datos en noticias.

Algunos investigadores como Turing (2009), han centrado sus esfuerzos en la creación de robots capaces de aprender de manera similar a como lo hacen los niños. "Es la ciencia para construir máquinas inteligentes, programas de computación inteligentes. Así como, usar computadoras para entender la inteligencia humana, pero no limitada a métodos observables biológicos" (McCarthy, 2007). Luego de la integración de los medios de comunicación, estamos en la actualmente llamada era digital, el siglo del cambio, este argumento se caracteriza por los avances de la ciencia y tecnología (Robledo-Dioses, 2017).

De acuerdo con los aportes significativos se ha logrado la realización de un análisis de producción científica sobre el periodismo e inteligencia artificial mediante una revisión metódica, que no trata solo de un tema con una visión general y cuantitativa, también evalúa y sintetiza los resultados de los estudios desde una perspectiva integradora (Parratt et al., 2021). A pesar de los avances del estudio de la IA el verdadero desafío radica en encontrar formas de utilizarla de manera consciente e investigar como implementar la IA para realizar acciones que, hasta ahora parecían inimaginables (Passeron, 2022).

Producción de noticias con IA

La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como una alternativa en los procesos de producción de las noticias en los medios de comunicación actual, considerando que el Chat GPT y otras inteligencias han demostrado la capacidad para mejorar la producción de contenidos (Lopezosa, 2023).

La IA está revolucionando en la producción de las noticias. Son algoritmos que ahora pueden resumir noticias largas, elaborar reporteros y hasta crear guiones para videos. Esto no significa que los periodistas sean reemplazados, más bien que la IA se convierte en una herramienta

que complementa, permitiendo a los periodistas centrarse en análisis profundos, entrevistas y reportajes investigativos (García Serrano, 2012).

Inteligencia Artificial en el periodismo

La Inteligencia Artificial ha llegado al campo del periodismo, concretamente a través del Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) aplicado a la transformación de datos en noticias (Craip, 2013).

Los profesionales del periodismo deben abordar estos desafíos de manera ética y cuidadosa mientras aprovechan las oportunidades que la IA puede ofrecer para optimizar la aptitud y la eficiencia en la industria. En las líneas de la actuación la principal es la IA con la comprobación de noticias. A nivel del ámbito periodístico la inteligencia artificial se ha incorporado desde el año 2022 en el medio informativo digital GK, presentándonos a Gabriele su reportero robot quien convierte datos en noticias.

El Periodismo

El periodismo algorítmico es un proceso semiautomático de Generación de Lenguaje Natural (NGL). Estos sistemas NGL son atrayentes para las compañías ya que permiten generar noticias en varios lenguajes y obtener una audiencia más amplia y nuevos mercados (Gómez-Diago, 2022). El juicio de la ética y deontología profesional del periodismo, que afecta a la práctica profesional como a la libertad de expresión juntamente con la ética debe ser primordial en el comunicador (Borges, 2020).

El Ecuador refleja importantes avances con iniciativas afines con la construcción de ciudades, educación y cultura ciudadana, la aplicación de nuevas tecnologías, flexibilización de acceso, ley de transformación digital y otros que promueven el avance hacia una mayor digitalización en el país (Pablo Del Alcázar, 2023).

De acuerdo con las estadísticas de Mentinno (2018), Ecuador proyectó un cierre de 2023 con 3,79 billones de dólares transaccionados en *e-commerce* y se espera que este crecimiento se mantenga en técnicas transaccionales, tomando en cuenta un incremento adicional de 800 millones adicionales (16,4%) en *e-commerce* para 2024.

En el Ecuador, la inteligencia artificial, las apuestas y *gaming* de acuerdo con las estadísticas de Mentinno 2023, el conocido chat GPT son los requisitos de mayor volumen y crecimiento vinculado a inteligencia artificial con 450.000 búsquedas promedio mensuales; en el caso de Ecuabet lidera el volumen de búsquedas en todo el mes con 1,8 millones y Novibet el incremento con 132% versus 2022.

Percepción de noticias en la audiencia

En el año 2022 Gabriele se integró al equipo de redacción de Gk. Dicho medio menciona que no es una persona, es un proyecto en inteligencia artificial en periodismo, ya que está elaborada para el amaestramiento automático que al mismo tiempo crea, e implementa soluciones del lenguaje natural para obtener contenido y así optimizar procesos. El medio GK nos presenta al primer reportero robot del Ecuador. Fue inventado para la utilización de la inteligencia artificial juntamente con procesadores de lenguaje natural, para escribir, cuya base sobre la que funciona sigue siendo la generación de lengua natural.

"La importación del contenido de Gabriele toma máximo 30 segundos, en comparación a los 30 o 60 minutos que le tomaría a una reportera armar ese tipo de notas recolectando datos", explica la jefa de la redacción de GK, Susana Roa (Rea, 2022).

El canal televisivo Teleamazonas en cambio, es el primer medio de comunicación audiovisual ecuatoriano en crear un presentador con inteligencia artificial.

Figura 1. Reportero del segmento IA en el noticiero 24 Horas en el canal televisivo Teleamazonas.



Fuente: teleamazonas

En Ecuador, el medio de comunicación Teleamazonas se suma a las tendencias vinculadas con la IA, al informar el 'ingreso' de un nuevo compañero al noticiero, con inteligencia artificial además de ser el primero, así mismo la periodista ecuatoriana Dayanna Monroy de Univisión, que reside en Estados Unidos impresionó a los televidentes en su espacio periodístico al presentarse a ella misma elaborada por inteligencia artificial. "Cuando me planteé hacer un reportaje sobre el gran debate que existe respecto a si la inteligencia artificial nos va a quitar nuestros trabajos, decidí probarlo en mi propio oficio", contó en su cuenta de Instagram.

Figura 2. Dayanna la reportera IA en Univisión



Fuente: imagen captada del Diario el Universo

La implementación de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo ecuatoriano es crucial por que impacta directamente en la sociedad, las herramientas de verificación de hechos basadas en IA pueden ayudar a reducir la propagación de noticias falsas y desinformación, fortaleciendo la credibilidad de las fuentes de noticias y proporcionando información más precisa a la sociedad ecuatoriana (Soffer, 2019).

La personalización algorítmica a generado importantes transformaciones en las teorías del flujo de comunicación llevado a cuestionamientos sobre si el nivel de comprensión y conocimiento de los algoritmos podría configurar una nueva forma de brecha digital (Gran, 2020). En este contexto Saurwein (2019), en cambio profundiza en el concepto de responsabilidad distribuida, destacando los desafíos éticos y prácticos asociados con el diseño e implementación de algoritmos.

Metodología

La investigación se realizó con un enfoque metodológico mixto secuencial explicativo, pues ambos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento (Hernandéz, 2010).

Se recolectaron datos cuantitativos a través de encuestas a periodistas profesionales como una muestra representativa logrando así identificar y captar las actitudes generales hacia el uso de la inteligencia artificial.

Posteriormente, se realizaron (3) entrevistas a profundidad a profesionales en el campo del periodismo, la producción de noticias y la comunicación digital.

De acuerdo al propósito fue relacional con el fin de encontrar si existía una relación significativa entre el uso de la Inteligencia Artificial en la producción de noticias y su impacto en la percepción de las audiencias.

Esta investigación adoptó un tipo de investigación con enfoque observacional para explorar la integración de la inteligencia artificial en las prácticas periodísticas en los medios de comunicación en el Ecuador, tomando como caso de estudio el medio de comunicación Teleamazonas. Este enfoque nos permitió observar de primera mano cómo las herramientas del algoritmo IA han impactado la narrativa periodística.

La investigación optó por un diseño transversal (Manterola, 2019), para capturar una instantánea del uso de la inteligencia artificial en los medios de comunicación ecuatorianos en un momento específico. Este diseño se aplicó para obtener una visión general de la situación actual y establecer relaciones entre variables como el tamaño del medio, el tipo de contenido y la implementación de tecnologías de IA en la producción de noticias.

El universo del estudio estuvo conformado por profesionales de producción audiovisual, así como periodistas de Riobamba, Quito y Cayambe. Se utilizaron tanto entrevistas a profundidad (Terry et al., 2004), como encuestas.

Este tipo de estudio se enfocó en los datos digitales obtenidos a partir de la plataforma social *YouTube* y las interacciones (*likes,* compartidos, comentarios, visualizaciones, etc.) generada en la página seleccionada durante el período de análisis.

Se aplicó el instrumento de ficha de observación para observar los comportamientos, actitudes y eventos en un entorno natural o controlado (Medina, 2023).

Los datos cuantitativos de las encuestas fueron procesados mediante el *Google forms*; para el análisis de la página de *YouTube*, se utilizó la herramienta de análisis de redes sociales como *YouTube Analytics,* la cual proporcionó información detallada sobre el rendimiento de los videos, la audiencia y las interacciones en la plataforma. Para validar los instrumentos se aplicó el Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) obteniendo la máxima puntuación, así como *Jasp* que es un software estadístico de código abierto diseñado para facilitar el análisis de datos.

Resultados

En los resultados de la guía de observación aplicada al sujeto de estudio, se describen los siguientes resultados:

Tabla 1. Ficha de Observación de canal oficial de YouTube del medio televisivo Teleamazonas

Categoría	Variable	Descripción
Datos Generales	Nombre del Canal	Teleamazonas
	Número de Suscriptores	1.26 M
	Número Total de Videos	63 k videos
	Temática Principal del Canal	Informativo

Categoría	Variable	Descripción
Datos del Video	Título del Video	Nuevo presentador de Teleamazonas creado con inteligencia artificial
	URL del Video	https://www.youtube.com/watch?v=oc5rbUC-jPUI&t=10s
	Fecha de Publicación	24 ene 2024
	Duración del Video	4.18
	Número de Vistas	8,893 vistas
Contenido del Video	Descripción del Tema	Nuevo presentador de noticias IA
	Formato del Video	16.9, AVI
	Estructura del Contenido	Introducción: (x) Presente [] Ausente Desarrollo: (x) Presente [] Ausente Conclusión: (x) Presente [] Ausente Llamado a la acción: [] Presente (x) Ausente
Estilo y Presentación	Calidad de Producción	Alta
	Uso de Elementos Visuales	Gráficos: (x) Sí [] No Animaciones: (x) Sí [ ] No Texto: (x) Sí [] No
	Música de Fondo	[] Atractiva [] Neutral (x) Distractora
	Calidad del Audio	Excelente
Interacción y Participación	Número de Comentarios	62 comentarios
	Tipo de Comentarios	Positivos: (x) Sí [] No Negativos: (x) Sí [] No Neutros: (x) Sí [] No
	Respuestas del Autor a Comentarios	¿Responde a los comentarios? [] Sí (x) No
Engagement	Número de “Me gusta”	140
	Número de “No me gusta”	0

Categoría	Variable	Descripción
Aspectos Adicionales	Tendencias Observadas	La Aplicación del algoritmo IA ya aplicado en noticias nacionales del Ecuador
	Áreas de Mejora	Fondo Musical
Reflexiones Finales	Aprendizaje sobre el video	El video ha generado bastante interés, así como la Innovación en la Presentación de Noticias: con el fin de observar cómo la IA se integra en el formato del noticiero. Esto puede abrir debates sobre el futuro del periodismo y la presentación de noticias

Fuente: elaboración propia en base a la observación realizada en la red de YouTube del medio televisivo Teleamazonas

Nota. El engagement promedio varía según la cantidad de likes y compartidos por publicación.

A continuación, los resultados más destacados de la entrevista estructurada donde se resume las respuestas de dos expertos en comunicación digital y audiovisual en relación con las estrategias más efectivas, el papel del contenido audiovisual y los principales desafíos de este sector.

Tabla 2. Resultados de Entrevistas a expertos

Pregunta	Entrevistado (1) Omar Quisphe Técnico en Artes Gráficas	Entrevistado (2) Sebastián Piedra Productor en Teleamazonas	Resumen de Respuestas Comunes
1. ¿Cuál es su opinión sobre el papel de la inteligencia artificial en la producción de noticias en la actualidad?	Las herramientas de inteligencia artificial son valiosas para la creación de noticias; Sin embargo, un uso inadecuado o mal intencionado puede causar problemas significativos.	La inteligencia artificial ha revolucionado la producción de noticias en Teleamazonas. Nos permite ofrecer información más rápida, precisa y personalizada a nuestros espectadores.	La IA se ha convertido en una herramienta indispensable en el periodismo moderno, especialmente en medios como Teleamazonas.
2. ¿Cómo cree que la utilización de IA en la producción de noticias afecta la credibilidad de las fuentes de información?	El rápido avance de la inteligencia artificial hace difícil distinguir entre contenido real y generado, lo que puede afectar la veracidad de las noticias.	La IA una herramienta valiosa que puede mejorar la producción de noticias, En Teleamazonas, creemos que la combinación de ambas es la clave para ofrecer un periodismo confiable y de calidad.	La irrupción de la IA en el ámbito periodístico a puesto en entredicho la distinción entre los reales y lo generado, logrando dudas sobre la veracidad de noticias.
3. ¿Qué ventajas y desventajas ha observado en el uso de IA para generar contenido informativo?	Las principales ventajas de estas herramientas de inteligencia artificial son su accesibilidad y facilidad de uso, sin embargo, la falta de control como el mal uso, lo que podría justificar la implementación.	La IA es una herramienta poderosa en la producción de contenido informativo. Es fundamental garantizar la transparencia en el uso de la IA para evitar la desinformación y garantizar la credibilidad de las fuentes.	La IA ha demostrado la producción de contenido informativo, la transparencia en el uso de estas tecnologías es indispensable para la desinformación.
4. ¿De qué manera la personalización de noticias mediante algoritmos de IA influye en la percepción de la audiencia?	La inteligencia artificial responde según las indicaciones dadas, por lo que el enfoque de la información generada depende de las instrucciones proporcionadas.	La personalización de noticias en Teleamazonas, lograda a través de algoritmos de inteligencia artificial, ejerce una influencia significativa en la percepción de la audiencia.	La IA ha transformado el consumo de noticias, ofreciendo contenidos personalizados, logrando crear "burbujas informativas" poniendo en riesgo la objetividad

Pregunta	Entrevistado (1) Omar Quisphe Técnico en Artes Gráficas	Entrevistado (2) Sebastián Piedra Productor en Teleamazonas	Resumen de Respuestas Comunes
5. ¿Ha notado un cambio en la interacción de la audiencia con las noticias generadas por IA en comparación con las producidas por humanos?	La inteligencia artificial aún no iguala la empatía y vinculación de la información creada por humanos, por lo que la interacción con contenido humano sigue siendo mayor y más.	La interacción de la audiencia con las noticias generadas por IA en un noticiero es compleja y en constante evolución. Es fundamental que los medios de comunicación se esfuercen por garantizar la calidad y la veracidad en la audiencia.	Si bien la IA agiliza la producción de noticias, la clave para la credibilidad aún no puede ser replicada por las máquinas. La interacción con noticias generadas por IA plantea dudas.
6. ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el impacto de las noticias generadas por IA en la percepción del público?	Para medir la percepción del público hacia noticias generadas por IA, se pueden usar métricas como emociones, claridad, interés y el impacto.	Para medir el impacto de las noticias generadas por IA en la percepción del público de Teleamazonas, es crucial evaluar tanto métricas cuantitativas como cualitativas.	Para evaluar la percepción del público hacia las noticias generadas por IA, es fundamental combinar métricas, objetividad, relevancia y percepción.
7. ¿Cómo puede la IA contribuir a mejorar la calidad y relevancia de las noticias en relación con las expectativas de la audiencia?	La IA mejora la calidad y relevancia de las noticias al proporcionar información precisa y oportuna.	La IA ofrece un gran potencial para mejorar la calidad y relevancia de las noticias, teniendo en cuenta los posibles desafíos.	La IA mejora la calidad de las noticias al automatizar tareas y proporcionar información precisa, pero su efectividad depende de la claridad
8 ¿Qué desafíos éticos han surgido con el uso de IA en la producción de noticias, y cómo afectan la percepción de la audiencia?	La inteligencia artificial actúa según las instrucciones recibidas, lo que plantea desafíos éticos relacionados con su uso, afectando así la percepción de la audiencia.	La IA ofrece grandes oportunidades para mejorar la producción de noticias, pero es fundamental abordar los desafíos éticos asociados	La IA, al seguir instrucciones, refleja los sesgos humanos y plantea desafíos éticos en el periodismo, afectando la percepción de la audiencia.
9. ¿Cómo percibe el futuro de la producción de noticias con IA en relación con la confianza de la audiencia en el contenido informativo?	La inteligencia artificial presenta un futuro, pero incierto, ya que actualmente se utiliza principalmente en medios digitales y aún no se ha adoptado ampliamente en medios convencionales.	El futuro de las noticias 24 horas con IA es prometedor, pero está en nuestras manos construirlo de manera responsable y ética.	El futuro de la IA en el periodismo es prometedor pero incierto. Su adopción en medios digitales es más rápida que en los convencionales.
10. ¿Qué recomendaciones haría a los medios de comunicación sobre el uso de IA para asegurar una percepción positiva de la audiencia?	La recomendación principal es utilizar la inteligencia artificial de manera responsable, ya que esto influirá en su aceptación y percepción positiva por parte de la audiencia.	La IA puede ser una herramienta poderosa para mejorar la producción de noticias, pero su éxito dependerá de la capacidad de los medios para utilizarla de manera ética y responsable, garantizando la confianza de la audiencia.	El éxito de la IA en el periodismo depende de su uso ético y transparente, ya que la confianza de la audiencia es crucial para su adopción a largo plazo.

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Resultados de Entrevista

Pregunta	Entrevistado 3 Carlos Larrea Naranjo Docente en la Universidad Nacional de Chimborazo
1, ¿Cómo definirían su experiencia con la implementación de herramientas de IA en su redacción? ¿Desde cuándo las utilizan?	La inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta valiosa en las redacciones. Sin embargo, su implementación plantea desafíos en cuanto a la ética periodística.
2. ¿Cómo ha agilizado o transformado la IA los procesos de producción de noticias en su medio?	La Inteligencia Artificial ha revolucionado la producción de noticias al facilitar la curación de contenido, permitiendo a los periodistas dedicar más tiempo al análisis en profundidad.
3. ¿En qué tipo de formatos emplea la IA?	La IA ha transformado la producción periodística, automatizando la creación de diversos formatos de contenido y personalizando la información para cada audiencia.
4. ¿Con qué productos comunican a su audiencia el uso de herramientas de IA en sus contenidos?	En nuestro medio, promovemos la transparencia sobre el uso de la IA. Informamos a nuestros lectores sobre cómo utilizamos esta tecnología para automatizar la redacción de noticias.
5. ¿Qué oportunidades ven en el futuro para el uso de la IA en el periodismo ecuatoriano?	La IA promete revolucionar el periodismo ecuatoriano. Automatizará la generación de noticias basadas en datos, liberando a los periodistas para investigaciones profundas.
6. ¿Cómo ha respondido la audiencia a este segmento de noticias impulsado por IA?	La audiencia muestra una reacción dividida ante las noticias generadas por IA. Sin embargo, otros expresan preocupación por la falta de profundidad y contexto en las noticias automatizadas, y demandan mayor transparencia en el uso de la IA.
7. ¿Cuáles consideran los mayores desafíos al implementar la IA en el periodismo? (por ejemplo, ética, calidad, costos)	La implementación de la Inteligencia Artificial en el periodismo se centra en aspectos como la ética, la calidad del contenido, los costos, el impacto en el empleo y la confianza pública.
8. ¿Cómo garantizan la transparencia y la ética en el uso de la IA en la producción de noticias?	Para garantizar la transparencia y ética en el uso de la IA en el periodismo, se implementan diversas medidas: se informa al público cuando el contenido es generado por IA, se supervisa todo por humanos, y se establecen directrices éticas.
9. ¿Cómo ha sido la evolución de la IA en el último año?	En el último año, la IA ha revolucionado la producción de noticias al generar textos más coherentes y personalizados, además de mejorar la curación de contenidos y la verificación de hechos.
10. ¿Cuáles son los principales objetivos de este segmento de noticias impulsado por IA?	Las noticias impulsadas por IA buscan optimizar la eficiencia y personalización de la información, automatizando la cobertura de eventos en tiempo real y adaptando el contenido a los intereses individuales de cada usuario.

Fuente: elaboración propia

A continuación, los resultados más destacados de la encuesta

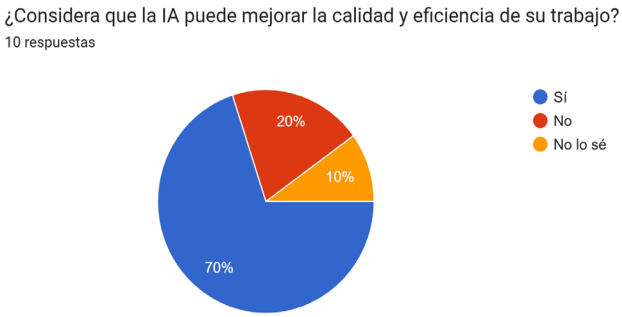
Figura 3. Uso de IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 1 describe que el 80% de los periodistas que respondieron a nuestra encuesta ha utilizado el algoritmo de inteligencia artificial en su trabajo periodístico.

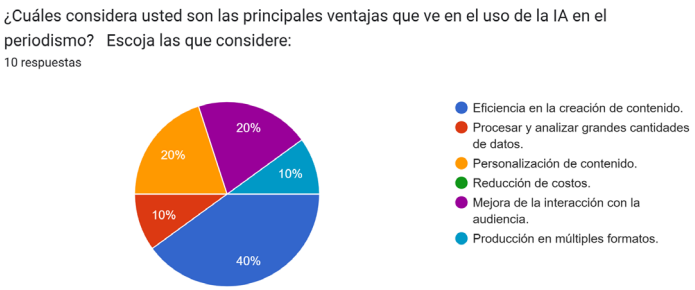
Figura 4. Calidad y eficiencia con IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 2 describe con el 70% la respuesta si con respecto a la opinión de los periodistas viendo si la Inteligencia Artificial mejora la calidad y eficiencia de cada uno de sus trabajos.

Figura 5. Ventajas de la IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 3 describe con el 40% con más alto porcentaje en el tema de la producción en múltiples formatos considerando las principales ventajas que se ve en el uso de la Inteligencia artificial en el periodismo.

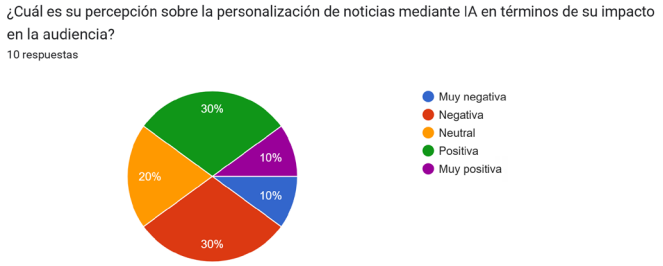
Figura 6. Riesgos en la producción con IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 4 con el 40% con respuesta a la falta de transparencia da énfasis a los riesgos que podría tener la producción de noticias con inteligencia artificial.

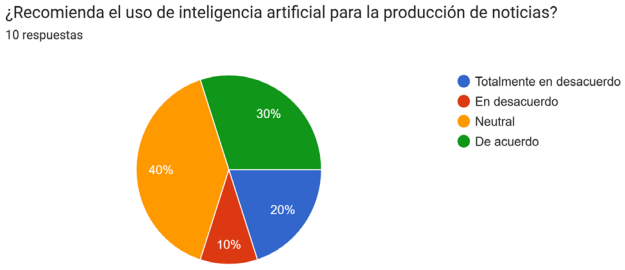
Figura 7. Percepción en la personalización de noticias con IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 5 describe con el 30% a la percepción de la personalización de noticias mediante la inteligencia artificial en el impacto de la audiencia poniendo como resultado que es negativo.

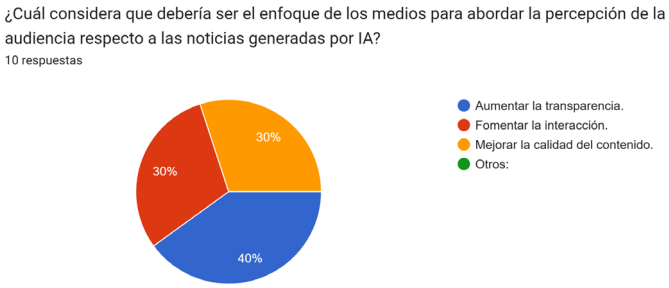
Figura 8. Recomendación de uso de IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 6 describe la recomendación del algoritmo de la inteligencia artificial en la producción de noticias dando lugar el 40% con respuesta neutral siguiéndola con el 30% de acuerdo.

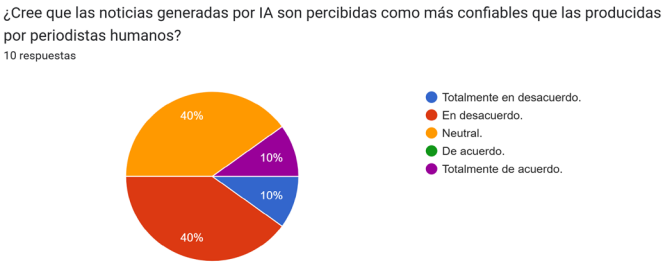
Figura 9. Enfoque de los medios sobre la IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 7 describe el 40% de los periodistas piensan en que se debería aumentar la transparencia en el enfoque de los medios al abordar a la audiencia con noticias generadas por IA.

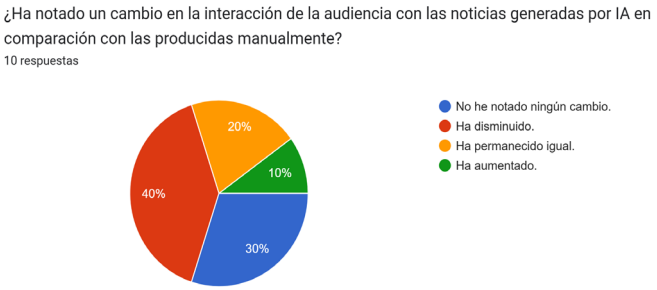
Figura 10. Confianza en la IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 8 describe una igualdad en opiniones con el 40% de los periodistas encuestados mencionan que es neutral y el otro 40% menciona que está en desacuerdo que las noticias generadas por IA sean percibidas con más confianza que las producidas por los humanos.

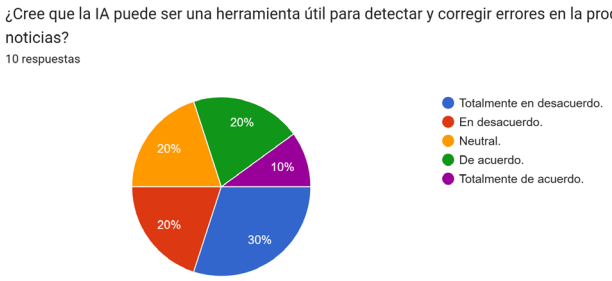
Figura 11. Noticias con IA vs noticias sin IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 9 describe con el 40% que ha disminuido el cambio de interacción de la audiencia con las noticias generadas por IA en composición a los que se producen manualmente.

Figura 12. Utilidad de la IA



Fuente: elaboración propia

Nota. La figura 10 describe algunas similitudes en respuestas ya que el 30% de los periodistas encuestados mencionan que están totalmente en desacuerdo, en el apoyo de la IA como una herramienta útil para detectar y corregir errores en producción de noticias mientras que 20% responde que están de acuerdo, el otro 20% neutral, el otro 20% en desacuerdo.

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación proporcionan una comprensión más profunda acerca de la producción de noticias con inteligencia artificial y el impacto en la percepción de la audiencia. Entre los principales hallazgos de la presente investigación está que la IA ha transformado el consumo de noticias, ofreciendo contenidos personalizados, logrando crear "burbujas informativas" poniendo en riesgo la objetividad; así mismo IA ofrece grandes oportunidades para mejorar la producción de noticias, pero es fundamental abordar los desafíos éticos asociados. Estos hallazgos son consistentes con lo propuesto por Mora Tarira (2024), destacaron un estudio de la Inteligencia Artificial y sus ventajas en las investigaciones periodísticas en Ecuador examinando tanto las estadísticas de implementación y resultados de la IA en el periodismo con estas tecnologías.

Sin embargo, los resultados se diferencian en demostrar la importancia de abordar los desafíos éticos para una correcta integración de estos algoritmos en el área periodística. Según la teoría de Belli (2019), el algoritmo de la IA en la redacción de noticias genera textos de manera eficiente a diferencia de inteligencia artificial (IA) aplicada a la documentación informativa y redacción periodística deportiva.

Los resultados apoyan la teoría de Silverman (2013), al demostrar que la Inteligencia Artificial se utilice de manera ética, sin incumplir las normas periodísticas lo cual aporta valor al campo de la comunicación digital y al área de noticias lo que plantea nuevas hipótesis sobre si en un futuro el trabajo periodístico será remplazado totalmente por la IA.

A pesar de la relevancia de los resultados, esta investigación presenta ciertas limitaciones que deben considerarse. En primer lugar, la capacidad de análisis crítico y las decisiones éticas lo que podría afectar la veracidad de los noticieros y su credibilidad.

Los resultados de este estudio abren varias líneas de investigación para explorar más a fondo el uso de la inteligencia artificial en el periodismo. En particular, futuras investigaciones deberían enfocarse en la ética de los periodistas que utilizan estos algoritmos, lo que permitiría ampliar la comprensión de la utilización de la IA en la producción de noticias.

Conclusión

Los resultados de este estudio han permitido identificar y comprender los factores clave que influyen en análisis de la producción de noticias con inteligencia artificial y el impacto en la percepción de la audiencia. En especial, se ha demostrado que la IA ha transformado el periodismo, lo que refuerza la relevancia de la ética y los valores periodísticos en el marco de la innovación tecnológica. Una de las principales aportaciones de este trabajo es la interacción con la audiencia y su influencia, el cual ha revelado que este enfoque nos permite entender cómo las nuevas herramientas y plataformas basadas en IA están transformando la relación entre los medios de comunicación y el público.

Además, este análisis ha evidenciado la importancia de la brecha digital, lo cual plantea interrogantes sobre las implicaciones de la IA en la diversidad de la información. A pesar de las limitaciones señaladas, como la dificultad para cuantificar el impacto de la IA en la producción de noticias, los resultados aquí presentados abren nuevas líneas de investigación que podrían enfocarse en marcos éticos para el uso de la IA en el periodismo. Este enfoque ampliaría el alcance y la generalización de los hallazgos, aportando mayor profundidad en el análisis de la producción de noticias.

Finalmente este estudio valida aspectos teóricos importantes, y también ofrece un análisis profundo sobre la producción de noticias falsas y la desinformación a través de la IA, acentuando la necesidad de desarrollar herramientas y protocolos para verificar la información generada por algoritmos lo que pone de manifiesto la credibilidad de los medios de comunicación y subraya la relevancia de seguir investigando en la detección de sesgos algorítmicos y la promoción del periodismo de datos, con el fin de lograr avances significativos tanto en el ámbito teórico como práctico.

Referencias

Anguera, N. T. (1990). *Metodología observacional.* Universidad de Murcia.

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450.

Averbeck - Lietz, S. (2018). (Re)leer a Eliseo Verón: mediación y mediatización. Dos conceptos complementarios para las Ciencias de la Información y de la Comunicación. *DeSignis,* 29, 69-82.

Bayolo, M., & Ernesto F. R. (1997). *Material Docente Básico Del Curso Metodología De La Investigación Educativa I* [Tesis de maestría, Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño].

Belli, R. F. (2019). Automated Journalism: How Algorithms Are Helping Reporters. *International Journal of Communication, 4*(1), 60.

Blackburn, S. (1994). *The Oxford Dictionary of Philosophy.* Oxford University Press.

Borges, R. F. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Quaderns de Comunicació i Cultura,* 12.

Craip, S. (2013, 8 de marzo). 5 ways robots can improve accuracy, journalism quality. Poynter. https://lc.cx/QK_yz6

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News.* Harvard University Press.

Dialoguemos Ec. (2024, 01 de febrero). Tik Tok: ¿Exclusiva de los jóvenes? https://dialoguemos.ec/2022/06/tik-tok-exclusiva-de-los-jovenes/

Digimind. (2024, 01 de febrero). TikTok: cifras y estadísticas clave en España, Latam y el mundo 2022. Digimind. https://blog.digimind.com/es/agencias/tiktok-cifras-y-estadisticas-2020

Flores, A. (2022). Inteligencia artificial en educación: una revisión de la literatura en revistas cientificas artificiales. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 355.

Florian, J. (2016). *Selección De Personal Por Competencias, Estrategia Para Mejorar La Competitividad En El Sector De La Construccion* [Tesis de grado, Universidad Militar Nueva Granada].

Gamson, W. A. (1987). The changing culture of affirmative action. En R. G. Braungart, y M. M. Braungart, (eds.). *Research in political sociology*. JAI Press.

García Serrano, A. (2012). *Inteligencia Artificial. Fundamentos, práctica y aplicaciones.* Rc Libros.

Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligenciaartificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 31.

Gran, A. B. (2020). To be or not to be algorithm aware: a question of a new digital divide? Information. *Communication & Society, 24*(2), 1-18

Hernandéz, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación.* Mc Graw Hill.

Hernandez-Nieto. (2002). *Contributions to Statistical Analysis: The Coefficients of Proportional Variance, Content Validity and Kappa.* Universidad de los Andes.

Hernandez-Nieto. (2011). *Instrumentos de recolección de datos en ciencias sociales y ciencias biométricas.* Universidad de los Andes.

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación, 2*(1), 01-25.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido.* Paidós.

Krotz, F. (2022). Mediatización: un concepto de investigación. *Dsignis,* 37.

Lopezosa, C. C. (2023). Uso de la inteligencia artificial generativa en la formación de los periodistas: desafíos, usos y propuesta formativa. *Profesional de la información*, 32.

Manterola, C. Q. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica las Condes,* 49.

Maream J. Sánchez, M. F. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *UIsrael revista científica*, 128.

Matías Giletta, A. G. (2020). Inteligencia Artificial: definiciones en disputa. *Sociales Investiga. Escritos Académicos, de Extensión y Docencia*, 24.

McCarthy, J. (2007, 12 de noviembre). Aplicaciones de la IA. https://lc.cx/I7u5W3

Medina, M. R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi.

Mora Tarira, W. J. (2024). *Inteligencia artificial y sus ventajas en las investigaciones periodísticas en* Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo].

Pablo Del Alcázar, M. C. (2023). *Usuarios de internet y niveles de digitalización.* Mentino.

Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. (2021). Aplicación de la inteligencia artificial al periodismo: análisis de la producción académica. *Profesional de la información, 30*(3).

Passeron, P. R.-V.-P. (2022). *¿Por qué no todo es (ni debe ser) digital? Interrogantes para pensar sobre digitalización, datificación e inteligencia artificial en educación.* Educar con sentido transformador en la universidad.

Piscoya Hermoza, L. (2007). *El proceso de investigación científica. Un caso y glosarios.* Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Ponce, M. (2018). *Medios y política: Análisis bibliográfico sobre el concepto de mediatización en el debate teórico de la comunicación política 1979-2017*. Universidad Santiago de Compostela.

Rea, A. C. (2022, 9 de febrero). Gabriele, inteligencia artificial en periodismo, entra a la redacción de GK. Obtenido de GK presenta a su reportero robot: Gabriele, una inteligencia artificial en periodismo que convierte datos en noticias. GK. https://lc.cx/ymvBlU

Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidacion de la profesion. *Comhumanitas: revista científica de comunicación, 8*(1), 1-27, 9.

Saurwein, F. (2019). *Emerging structures of control for algorithms on the Internet en Media Accountability in the Era of Post-Truth Politics.* European Challenges and Perspectives.

Soffer, O. (2019). *Algorithmic personalization and the two-step flow of communication, Communication Theory*. Oxford academy.

Sosnovshchenko, O. (2018). *Machine Learning with Swift: Artificial Intelligence for IOS.* Packt Publishing Ltd.

Terry, C. G., Mendoza, M. A., & Cullell, M. E. (2004). *La investigación científica en la actividad física: su metodología.* Editorial Deportes.

Turing, A. M. (2009). *Computing machinery and intelligence.* Springer.

Verón, E. (2015). *Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica*. Editions Minuit.

Autores

Jammell Andrea Cayambe Vinueza. Licenciada en Comunicación Social, Administradora del Centro Tecnológico de la parroquia La Esperanza.
Fabián Vladimir Argudo Palomeque. Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés
No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.
Financiamiento
Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.
Nota
El artículo es original y no ha sido publicado previamente.