

Introducción

Si bien las experiencias editoriales de los medios de comunicación implementando herramientas de inteligencia artificial (IA) para generar contenidos venían en crecimiento en los últimos años – especialmente a nivel de automatización– es realmente tras el lanzamiento de ChatGPT, el 30 de noviembre de 2022, cuando las redacciones periodísticas de todo el mundo comienzan un viaje sin retorno hacia la integración de la IA.

Los meses siguientes han traído consigo una aparición permanente y frecuente de distintas herramientas de inteligencia artificial; estas, además, tienen la característica de ser generativas, toda vez que ofrecen un producto escrito, audiovisual o sonoro tras recibir un requerimiento (conocido como *prompt*).

La capacidad de realizar una serie de procesos de producción sin intervención humana –incluyendo diseño, redacción, publicación e incluso distribución de los contenidos– sumado a características que facilitan las labores del periodista humano – incorporando transcripciones, traducciones y análisis de datos– han permitido la integración señalada en distintos medios de comunicación, incluyendo aquellos que están en Iberoamérica.

Es en esta línea que hemos desarrollado el presente informe que reúne más de una treintena de voces de la región, incluyendo aquellos que provienen tanto desde la universidad –como académicos e investigadores– como desde los propios medios de comunicación –como directivos y responsables de redacciones–, además se mencionan más de un centenar de experiencias de medios de estos países en sus diferentes formatos.

De esta manera, y fruto de la construcción de múltiples redes de colaboración iberoamericanas necesarias para llevar a cabo este trabajo, el presente documento cuenta con cinco capítulos distribuidos de la siguiente manera:

El primero de ellos corresponde a conceptualizaciones iniciales, para el cual contamos con dos opiniones y una entrevista a expertos iberoamericanos sobre los principales desafíos que tienen los medios de comunicación de la región en el uso de la inteligencia artificial, con especial énfasis tanto en la necesidad de estándares éticos como en la producción audiovisual.



“La capacidad de realizar una serie de procesos de producción sin intervención humana sumado a características que facilitan las labores del periodista han permitido la integración de la IA en distintos medios de comunicación, incluyendo aquellos que están en Iberoamérica”.



El segundo capítulo ofrece un resumen del ciclo de webinars organizado por DataFactory y cuatro instituciones académicas iberoamericanas durante el segundo semestre de 2023, el cual contó con más de 700 asistentes. Para ello, autoridades universitarias y docentes organizadores de estas sesiones realizadas en Colombia, Uruguay, México y Chile detallan las experiencias más destacadas de cada jornada incorporando casos de éxito en el uso de IA reseñados por parte de los medios de comunicación invitados y destacando los principales desafíos en la formación de futuros profesionales en el uso responsable de estas herramientas.

Sobre la línea anterior, el tercer capítulo incluye los resultados de una encuesta realizada a más de 150 asistentes durante las sesiones de este ciclo, lo cual permite conocer la frecuencia de uso de la inteligencia artificial generativa, el conocimiento y el empleo de estas herramientas, además de las visiones y las expectativas de cara a los desarrollos futuros de la IA.



“Además de los casos de éxito, y de capturas de pantalla de experiencias destacadas en el uso de IA en la generación de contenidos en Iberoamérica, también se incluyen entrevistas a responsables digitales u otros análisis según tipos y formatos de más de un centenar de medios”.



Con todo esto, el cuarto capítulo puede destacarse como el esfuerzo más significativo de este informe debido a que incluye 15 redacciones para conocer los principales casos, desafíos y proyecciones a nivel de generación de contenidos mediante inteligencia artificial en medios de comunicación clasificadas por país. Además de los casos de éxito, y de capturas de pantalla de experiencias destacadas en el uso de IA, también se incluyen entrevistas a responsables digitales u otros análisis según tipos y formatos de estos medios.

Finalmente, el quinto capítulo –a modo de cierre– cuenta con reflexiones finales sobre la temática que ponen en valor todos los aspectos ya reseñados tan-

to a nivel académico como a nivel profesional dado que se transparentan prácticas periodísticas en el uso de IA, así como también se exploran futuros escenarios hacia los cuales pueden evolucionar los medios de comunicación de la región en línea de las tendencias mundiales de uso de estas tecnologías.

Con todo esto, el presente trabajo no solo ofrece distintas visiones sobre la importancia de la IA en la generación de contenidos en medios de habla castellana y portuguesa, sino que también está empapada de una identidad local, sin omitir el estado actual de los medios de comunicación – independiente de su tamaño y formato–, porque sabemos que en esta región hacer periodismo no es un desafío sencillo, e incluso que a veces hablar de inteligencia artificial puede leerse como un capricho ante una serie de actores que lidian en su día a día con la supervivencia financiera y con una permanente búsqueda hacia el anhelado camino de la sostenibilidad periodística.

Para finalizar, queremos expresar nuestra gratitud a los que hicieron posible este reporte.

- A cada una de las autoras y a cada uno de los autores por creer en esta iniciativa y sacrificar sus agendas laborales, para dedicar tiempo a una reflexión que tiene una apuesta decidida por la interacción y la potencialidad que sobreviene de un reto tecnológico y una necesaria transformación del periodismo y los medios de comunicación.
- A las universidades y los profesionales que desde sus saberes disciplinares, tuvieron paciencia en cada una de nuestras peticiones e imprimieron ideas y recomendaciones, durante las distintas etapas de este proyecto.

A DataFactory, a Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano, a las instituciones patrocinantes, y a los múltiples colaboradores –incluyendo destacados medios de comunicación y centros de estudio iberoamericanos– por liderar este proyecto que nació en conversaciones casuales y poco a poco fue estructurando un programa de investigación a largo plazo.

En síntesis, el informe que hoy se entrega no tiene otra pretensión que aportar a debates que se anclan en la coyuntura, pero que tendrán un peso en la historia y en la forma cómo afrontamos desafíos que implican diálogo razonado y debate argumentado.

Esperamos que los lectores tengan en sus manos un documento que permita ampliar los horizontes de sentido, independiente del espacio en el que ello ocurra. Desde las salas de redacción, pasando por las facultades de comunicación, y caminando por las escuelas, las comunidades o las iniciativas de la sociedad civil, este informe espera ser una hoja de ruta que se amplíe en otros documentos, expresiones y manifestaciones que potencien la creatividad y pluralicen la necesidad de responder a los desafíos de las IA, y en especial desde un oficio complejo –“el mejor del mundo” como lo llamó alguna vez nuestro Gabriel García Márquez–, pero no por ello menos apasionante como lo es el periodismo.

Alexis & Jaime

Barcelona (España) y Bogotá (Colombia), mayo de 2024.