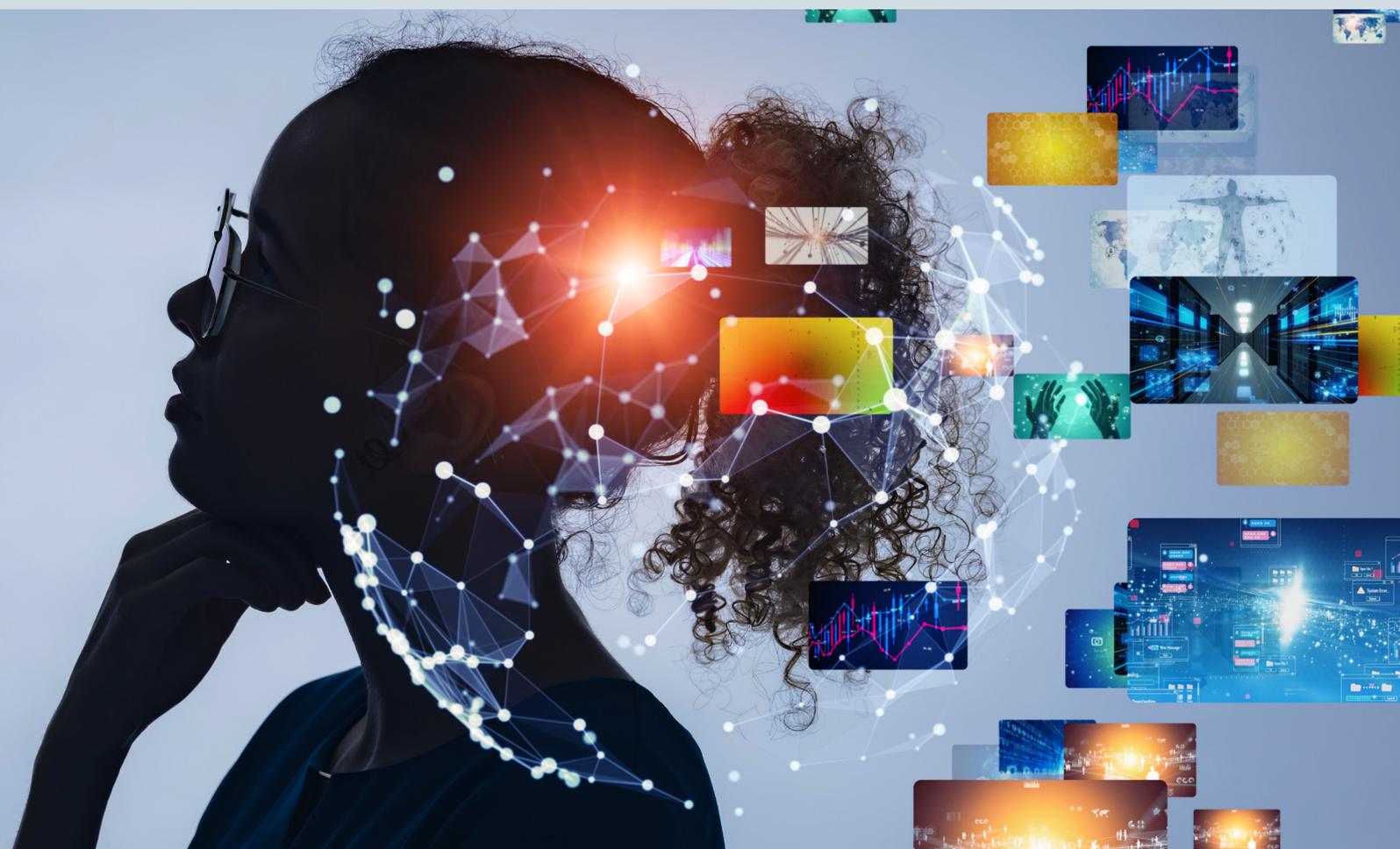


Periodismo e inteligencia artificial en América Latina

Natalia Zuazo



Publicado en 2023 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia) y la Oficina Regional de la UNESCO en Montevideo, (Luis Piera 1992, Piso 2, 11200 Montevideo, Uruguay).

© UNESCO 2023
ISSN 2301-1424



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp>).

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de las organizaciones que coordinaron y/o apoyaron este trabajo, ni las comprometen.

Autora: Natalia Zuazo
Investigación: Gala Cacchione

Coordinación y edición general de los Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información:
Rosa M. González, Consejera Regional en Comunicación e Información para América Latina y el Caribe,
UNESCO

Maquetación: Ser Gráficos
Fotografía de cubierta: Adobe Stock

Periodismo e inteligencia artificial en América Latina

Natalia Zuazo

Índice

Una invitación al debate	7
Resumen ejecutivo	8
Introducción: Periodismo en tiempos de explosión de la inteligencia artificial y concentración de la tecnología	9
La IA en América Latina y el mundo: Desigualdades y desafíos	10
Parte 1: Cómo realizar coberturas de calidad en noticias de IA	13
El periodismo en tiempos de explosión de la IA	14
El marketing versus el periodismo	14
La narrativa de ciencia ficción en las tecnologías	15
Los principios fundamentales del periodismo aplicados a la IA	15
Herramientas para un periodismo de IA con mirada crítica	16
Distinguir el tipo de inteligencia artificial	16
El problema de las “alucinaciones” en la IA generativa	17
Inteligencia artificial generativa y desinformación	17
Cuestionar los datos de entrenamiento de los sistemas de IA	18
Cuestionar los modelos de la IA.....	20
Narrar los impactos políticos, sociales y culturales.....	21
Principios éticos y evaluación de impactos	21
Principios éticos de la IA: Su aplicación en el periodismo	23
Parte 2: El uso de la IA en las redacciones de América Latina	25
Crecimiento y usos.....	25
La IA en la distribución de contenidos y análisis de métricas.....	27
La automatización en las redacciones de América Latina	28
La innovación en IA en los medios de América Latina	30
Parte 3: Mapeo de herramientas de IA desarrolladas por las redacciones de América Latina	31
Casos de referencia en la región	31
Chequeado (Argentina)	31
Detectores de discurso de odio (Argentina, Colombia, México)	32
DockIns (Perú, Colombia, Argentina)	32
Image2Text (Paraguay)	33
SmartStory (Argentina)	33
Visión Latina (Argentina)	34

La automatización en el periodismo de datos	35
La Nación Data (Argentina)	35
Muy Waso (Bolivia)	36
Ojo Público (Perú)	37
Panamá Papers	37
Inteligencia artificial generativa para crear noticias.....	38
Modelos de lenguaje natural generativos	38
Inteligencia artificial generativa de imágenes y video para medios	40
IA en la producción audiovisual	41
Los presentadores de noticias sintéticos	42
Otros casos de avatares sintéticos en América Latina	43
Técnicas para diferenciar <i>deepfakes</i>	43
Tipos de <i>deepfake</i>	44
Parte 4: Caja de herramientas: Recursos de IA y automatización para el periodismo	45
Transcribir, desgrabar y dictar por voz	45
Control de gramática	45
Grandes modelos de lenguaje	46
Creación de contenido	46
Visualización de datos	46
IA de imágenes	46
IA de video	47
Edición de video	47
IA de audio	47
IA de voces sintéticas	48
Detección de contenido generado con IA	48
Otras herramientas útiles	48
Nota metodológica	49
Sobre la autora	50
Investigación	50
Bibliografía	51

Una invitación al debate

Hace más de tres siglos, el pensador, poeta y político británico John Milton publicó uno de los textos más importantes y conocidos contra la censura: *Aeropagítica*. El mismo fue uno de los catalizadores de un importante debate sobre la protección de la libertad de expresión y de prensa.

Muchos siglos antes de él, los griegos produjeron sólidas discusiones sobre la importancia de la *doxa* (opinión) para la democracia.

Los debates sobre la centralidad de la libertad de expresión y del acceso a la información y al conocimiento para las democracias, para el desarrollo, la protección y promoción de otros derechos humanos no son para nada una novedad.

Sin embargo, no hay duda que el advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, particularmente la expansión de Internet, ofrecen una dimensión singular e inédita a estas discusiones.

Las repercusiones en el sistema de protección y promoción de los derechos humanos, la consolidación de las democracias, el desarrollo, la toma de decisiones, las políticas públicas y, al fin del día, en la vida cotidiana de cada ciudadano y ciudadana son sin precedentes.

El avance de las sociedades del conocimiento está íntimamente conectado a la profundización de las discusiones sobre el derecho a la libertad de expresión y al acceso universal a la información en un mundo cada vez más conectado. Libertad de prensa, desarrollo de los medios, privacidad, el rol de las TIC en las políticas públicas, gobiernos abiertos, protección documental, alfabetización mediática e informacional, son algunos de los muchos temas que están sobre el tapete.

La Oficina de la UNESCO en Montevideo, buscando intensificar la función de laboratorio de ideas de la Organización, ofrece a sus stakeholders estos Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información.

Producidos por los y las principales expertos/as en cada tema, el objetivo central es ofrecer insumos para que tomadores/as de decisión y formuladores/as de políticas públicas puedan tener en cuenta distintos ángulos de los asuntos que están en el orden del día de la agenda internacional, siempre teniendo como eje conductor los estándares internacionales existentes.

No se pretende ofrecer la última palabra. Al contrario, lo que se desea es contribuir a un debate cada vez más informado y plural sobre cuestiones centrales de ayer, hoy y mañana.

¡Buena lectura!

Resumen ejecutivo

En un contexto de crecimiento exponencial de la inteligencia artificial (IA) y predominancia tecnológica en todas las esferas de la vida –económica, social, cultural, ambiental y política-, este Cuaderno explora el impacto de la IA en el periodismo desde una perspectiva crítica y ética, con especial atención a América Latina. Se abordan desigualdades y desafíos inherentes a la implementación de la IA en la región. Con ello, se busca ofrecer una herramienta útil en la formación continua de estudiantes y profesionales de medios de comunicación.

La primera parte, “Realizar Coberturas de Calidad en Noticias de IA”, explora cómo los y las periodistas pueden mantener estándares de calidad frente al auge de la IA, abordando la competencia con el marketing, la influencia de la narrativa de ciencia ficción, y la aplicación de principios éticos de IA a las coberturas periodísticas. Se ofrecen herramientas y estrategias críticas para analizar sistemas de IA y evaluar sus impactos políticos, sociales y culturales.

En la segunda parte, “Uso de la IA en Redacciones de América Latina”, se examina el crecimiento y los usos de la IA en redacciones, centrándose en su papel en la distribución de contenidos y el análisis de métricas. Se destaca la innovación en IA en los medios de la región.

En la parte 3, “Mapeo de Herramientas de IA en Redacciones Latinoamericanas”, se presenta un mapeo detallado de herramientas de IA desarrolladas por redacciones, en Argentina, Colombia, México, Paraguay y Perú. Se incluyen casos y soluciones para el chequeo de (des) información, detectores de discurso de odio, herramientas de posicionamiento en buscadores, inteligencia artificial generativa y técnicas para diferenciar *deepfakes*.

Por último, la parte 4, “Caja de Herramientas para el Periodismo en la Era de la IA”, ofrece una serie de recursos disponibles en IA y automatización para diversas funciones periodísticas, desde transcripciones y edición de video hasta la creación de contenido y la evaluación de imágenes y audio.

Introducción: Periodismo en tiempos de explosión de la inteligencia artificial y concentración de la tecnología

Las transformaciones de la automatización suceden desde hace décadas: están reflejadas en las tareas que demandan menos tiempo, en los procesos industriales, en la capacidad de resolución *chatbots* y asistentes virtuales, en las recomendaciones de comercio electrónico, redes sociales y el *streaming*. Sin embargo, en las últimas décadas, la acumulación de datos, creciente capacidad de procesamiento de las infraestructuras y el avance en la creación de modelos computacionales aceleró la transformación.

El término “inteligencia artificial” (IA) lleva casi siete décadas entre nosotros¹ y los procesos de automatización son comunes en nuestra vida diaria. Pero, para las personas no especializadas y los medios de comunicación, el año 2023 será recordado como aquél en el que la IA se convirtió en una palabra utilizada masivamente.

Mientras la industria avanza, la prensa suele reflejar la rapidez de un crecimiento que parece inminente. Todos los días encontramos artículos y portadas que relatan, por ejemplo, cómo la IA generativa nos ayudará a realizar tareas cognitivas en nuestro trabajo. También, las ventajas de las tecnologías de reconocimiento facial para la seguridad pública o las empresas que ya están seleccionando su personal en base a algoritmos. Sin embargo, son menos los casos de historias periodísticas donde se narren los dilemas de los y las trabajadoras en tiempos de IA o la adaptación de las diferentes industrias (arte, enseñanza, comercio, seguridad, etc.) a la nueva era. Tampoco es común ver reflejadas historias sobre los sesgos y problemas de madurez que hacen que algunas tecnologías que utilizan IA (por ejemplo, las de reconocimiento facial) aún no puedan ser aceptadas sin restringir los derechos fundamentales de las personas, o los riesgos de discriminación que conllevan los sistemas automatizados que utilizan las empresas para decidir entre posibles candidatos a un puesto.

Esas preguntas y esas respuestas deberían ser parte fundamental del periodismo como profesión y de las redacciones como espacio de pensamiento crítico. Preguntarse sobre las personas que están detrás de la creación de los algoritmos, los datos que se utilizan para entrenar los modelos automatizados y los fines últimos con los que se decide automatizar un proceso deberían ser preguntas vitales de la tarea de reporte de esta época. ¿Este sistema está pensado para lograr mayor igualdad entre las personas o, por el contrario, está profundizando una desigualdad –social, económica, cultural, racial- existente?

1 El término fue acuñado en 1956 durante la Conferencia de Dartmouth (Hanover, New Hampshire, EEUU) por el informático John McCarthy, uno de los primeros teóricos de la inteligencia artificial, junto a uno de los padres de la ciencia de la computación, Alan Turing.

Las historias de inteligencia artificial dejaron de ser prerrogativa de las y los periodistas que trabajan en la sección de tecnología. Hoy, con la automatización presente en casi todos los procesos de la economía, la política y la vida, existen sistemas de IA que operan en la salud, la educación, la seguridad pública y las cárceles, las fábricas, el arte, el consumo cultural (sin ir más lejos, cómo se ordena el contenido en las redes sociales) y más allá. De allí la importancia de tener un conocimiento de su funcionamiento, para luego traducir al público sus historias y sus impactos y oportunidades.

Un caso cotidiano del impacto masivo de la inteligencia en nuestras vidas son los sistemas de IA utilizados por las plataformas de redes sociales para priorizar, moderar, filtrar y hasta censurar contenidos. Las redes no son sólo espacios de consumo cultural, sino también de comunicación y libertad de expresión. Sin embargo, a través de mecanismos algorítmicos de jerarquización, recomendación, reducción de alcance, invisibilización, etiquetado, remoción de contenidos o suspensión de cuentas, personas y sistemas automatizados designados por estas empresas toman decisiones diarias sobre los contenidos de terceros publicados en las plataformas, y con esto inciden en el derecho a la información y comunicación de las personas. En algunos casos, ciertamente estas decisiones se realizan para prevenir delitos, pero en otros los límites y alcances de esta moderación privada de contenidos no quedan claramente establecidos².

La IA en América Latina y el mundo: Desigualdades y desafíos

Actualmente, son muy pocas las compañías tecnológicas que pueden crear sistemas de IA a gran escala. A las ya instaladas Google, Apple, Meta (ex Facebook), Amazon y Microsoft, conocidas como GAFAM, se suman actores como Open IA (Estados Unidos) y la empresa china ByteDance, dueña de TikTok. El dominio a nivel mundial de estas tecnologías se encuentra en manos de Estados Unidos y de China. Los factores geopolíticos, que alientan a la competencia, sumados a un flujo creciente de capitales para el desarrollo de estas ciencias aplicadas, contribuyen a una aceleración en la presentación de recursos y herramientas basadas en IA a un ritmo casi diario.

“Las empresas tecnológicas están manejando cantidades de capital sin precedentes para expandir su base de poder de manera creativa. La sociedad civil debe explorar puntos estructurales para la intervención”, señala el IA Now Institute³. Según esta organización, ejecutar chatGPT cuesta 3 millones de dólares al mes y Google invierte otros 10 a 20 millones de dólares para entrenar su *Pathways Language Model* (PaLM)⁴.

La concentración de poder en torno a las grandes compañías tecnológicas y el avance exponencial de estos sistemas de IA, que promueven su aplicación transversal en distintos rubros e industrias, es un llamado de atención para los Estados que deben procurar el bien común y proteger los derechos humanos de las personas. En ese sentido, la UNESCO sostiene que, sin supervisión humana y acuerdos multi-sectoriales, estos cambios pueden ampliar las desigualdades económicas, sociales y culturales ya existentes.

2 Martínez Elebi, Carolina y Pérez, Ana Laura: “Moderación privada de contenidos en internet y su impacto en el periodismo”. Observacom y Fundación Friedrich Ebert, 2022. <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2022/10/Moderacion-y-Periodismo.pdf>

3 <https://ainowinstitute.org/>

4 <https://ai.googleblog.com/2022/04/pathways-language-model-palm-scaling-to.html>

La UNESCO, reconociendo las repercusiones positivas y negativas profundas y dinámicas de la IA en las sociedades, los ecosistemas y las vidas humanas, aprobó en noviembre de 2021 la Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial⁵. Con consenso de 193 Estados, es un llamado a los sectores público y privado para “promulgar normas y regulaciones que aseguren el desarrollo beneficioso de estas tecnologías”. Tiene el objetivo de promover el diálogo multidisciplinario para garantizar el respeto a los derechos humanos y diversidad cultural, así como también un acceso equitativo a los avances y los conocimientos, se trazan principios y marcos de acción específicos.

En marzo de 2023, durante la Reunión Latinoamericana de Inteligencia Artificial Khipu, más de 30 investigadores y especialistas de la región difundieron la “Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina⁶”. Advirtieron que “no hay valor social en tecnologías que simplifican tareas a unas pocas personas generando alto riesgo para muchas otras, limitando sus oportunidades de desarrollo, su acceso a recursos y sus derechos”. Y señalaron: “Coincidimos en que hay algo de antidemocrático si decisiones tan trascendentales no son tomadas por los órganos elegidos por los pueblos, y también en la necesidad de establecer mecanismos regulatorios (tanto a nivel nacional como internacional) para asegurar que las tecnologías de IA tengan un nivel de riesgo entendible y manejable, y principalmente, para garantizar que aporten valor social, y no sean soluciones que beneficien a unos pocos en perjuicio de las mayorías”.

Las diferencias de recursos y poder entre regiones también son un desafío a tomar en cuenta mientras las tecnologías de IA se desarrollan. Los especialistas convinieron en que “La evaluación y mitigación de riesgos e impactos debe ser parte del proceso de diseño. Se deben implementar instrumentos para prevenir, detectar tempranamente e incluso suspender la implementación de tecnologías cuyos riesgos sean inaceptables”.

Para reducir las brechas, la UNESCO viene trabajando en el trazado de criterios y estándares comunes entre los países para hacer frente a una realidad que requiere atención y rapidez en la capacidad de gestión. Reconociendo que los países se encuentran en diferentes etapas de desarrollo de la IA, existen recursos como la “Metodología de Evaluación de la Preparación” (RAM, por sus siglas en inglés, *Readiness Assessment Methodology*⁷), que abarca cinco dimensiones: Legal y Regulatoria, Social y Cultural, Económica, Científica y Educativa, y Tecnológica e Infraestructural, cada uno con indicadores cualitativos y cuantitativos para que cada Estado y sus diferentes estructuras implemente avances en temas de IA.

En esta coyuntura, una de las acciones de la UNESCO en la región es contribuir a empoderar a periodistas y profesionales de la comunicación sobre el desarrollo de las tecnologías y su actual contexto, para poder comunicar sus implicaciones a la ciudadanía.

Así como el concepto de tecnología es tan amplio que se vuelve poco específico, podemos pensar en la inteligencia artificial como un centro que se ramifica en diversas disciplinas, con nuevos términos e implicancias tanto técnicas como éticas, morales y políticas. Cada aspecto de esta

5 <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/recommendation-ethics-artificial-intelligence>

6 <https://www.fundacionsadosky.org.ar/declaracion-de-montevideo-sobre-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-america-latina/>

7 Readiness assessment methodology: a tool of the Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence, UNESCO, 2023: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385198>

llamada “cuarta revolución industrial” trae consigo debates globales en torno a su funcionamiento y aplicación en puja entre empresas y Estados.

En 2019, la Oficina Regional de la UNESCO para América Latina y el Caribe, publicó “Manual de Periodismo y tecnología. Investigación, escritura, temas, seguridad”⁸. En texto buscó ser “una contribución para dar un salto cualitativo a la cobertura que hoy se ofrece, en promedio, sobre la internet, las redes sociales, los algoritmos y las nuevas tecnologías”. A partir de allí, la Oficina, con el apoyo del Programa Multi-Donantes de la UNESCO, y en conjunto con distintos socios estratégicos, lleva formados a más de 10 mil profesionales en temas de tecnología e IA⁹.

8 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371880>

9 [https://nataliazuazo.com/2022/10/17/artificial-intelligence-technology-and-journalism-in-latin-america/#:~:text=More%20than%204%2C000%20media%20professionals,using%20artificial%20intelligence%20\(AI\).](https://nataliazuazo.com/2022/10/17/artificial-intelligence-technology-and-journalism-in-latin-america/#:~:text=More%20than%204%2C000%20media%20professionals,using%20artificial%20intelligence%20(AI).)

Parte 1: Cómo realizar coberturas de calidad en noticias de IA

El término inteligencia artificial no es unívoco ni está exento de debates. En su *Atlas de la Inteligencia Artificial*¹⁰, la investigadora norteamericana Kate Crawford dice que -si bien el término comenzó a popularizarse en la década de los 60 del siglo pasado- es a partir del nuevo milenio, con el aumento de la capacidad de cómputo y la incursión de nuevas técnicas de procesamiento, que se ha expandido rápidamente al campo académico e industrial y ha llegado a nuestra vida cotidiana a través de las computadoras, internet, teléfonos inteligentes y redes sociales.

La Inteligencia Artificial “no es artificial ni inteligente”, señala Crawford. Con lo primero, la autora explica que la palabra “artificial” tiende a esconder la infraestructura con la que funcionan estos sistemas de gran escala. Su recurso principal, el hardware de los servidores, requiere la utilización de minerales específicos y escasos en la Tierra, cuyo aumento en la demanda deriva en la problemática explotación minera y utilización de recursos finitos. Al mismo tiempo, para mantenerse en funcionamiento, los servidores, que generalmente buscan instalarse en lugares de bajas temperaturas, requieren refrigeración que se traduce a un alto consumo de agua y energía, generando un considerable impacto ambiental a su alrededor.

Por otro lado, Crawford cuestiona el uso de la palabra “inteligente” por dos motivos. Uno, porque ofrece una visión sesgada del concepto de inteligencia humana junto con la tendencia a antropomorfizar estos sistemas tecnológicos. El otro, la invisibilización de que la materia prima con la que se entrenan estos modelos de IA: los datos, programados por personas, que naturalmente contienen sus propios sesgos ideológicos y culturales. Con esta última operación, lo que se oculta es el carácter profundamente político de la IA, ya que de acuerdo a los datos de entrenamiento, las reglas y las recompensas definidas previamente, podemos estar frente a un “certificado de poder” (es decir, una tecnología que se nos presente como transformadora, pero que sólo conserve el estado actual de las cosas). En definitiva, si no cuestionamos cómo se conforman los sistemas de IA para “servir a los intereses dominantes ya existentes”, estaremos reproduciendo las desigualdades previas de la sociedad.

Tanto en la esfera material (los materiales, la energía) como en la cognitiva (los datos, las ideas y el trabajo humano previo del que se nutre), la IA se basa en un fuerte extractivismo. Si bien los sistemas primitivos de IA estaban basados en programas y reglas, el panorama actual funciona con grandes empresas que se apropian de recursos pre-existentes en la sociedad, entre ellos los de artistas, creativos, músicos y escritores, así como también información de la ciudadanía y datos de las personas usuarias con que estos sistemas de aprendizaje automático se retroalimentan.

Si bien los sistemas primitivos de IA estaban basados en programas y reglas, el panorama actual de la llamada inteligencia artificial fuerte funciona a partir de un entrenamiento con grandes bases de datos. Para esto, las empresas recopilany se apropian de recursos pre-existentes en la sociedad, entre ellos los de artistas, creativos/as, músicos/as y escritores/as.. Así cómo también información de la ciudadanía y datos de las personas usuarias con que los sistemas de aprendizaje automático se retroalimentan.

10 Crawford, Kate. Atlas de la inteligencia artificial. Poder, política y costos planetarios. Fondo de Cultura Económica, 2022.

El periodismo en tiempos de explosión de la IA

El marketing versus el periodismo

En la abundancia de información sobre IA encontramos principalmente dos tipos de artículos. Por un lado, los que refieren o enumeran novedosos productos y herramientas de IA. Por otro lado, aquellos que informan o explican el alcance actual o futuro de estos servicios en nuestra vida cotidiana.

Al igual que en el resto de las noticias de tecnología, la mayor parte de estos títulos provienen de estrategias de marketing de las compañías que promueven sus productos, y por lo tanto se refieren a sus sistemas con una pretensión excesiva, muchas veces como similares o superiores a la inteligencia humana, o con promesas exageradas. También existe, en los momentos de “explosión” inicial de las tecnologías el llamado *hype*, es decir la emoción exagerada por algo, que conlleva una producción en masa de noticias sobre un tema.

Como señala el periodista especializado en ciencia Federico Kukso, los momentos de exageración ante distintas transformaciones no son nuevos: “El *hype* ha sido una constante en la cobertura del Proyecto Genoma Humano desde principios de la década de 1990 y persiste en la actualidad con la técnica CRISPR de edición genética que ha despertado antiguos y nuevos sueños”. Y advierte que, aun cuando son momentos en que los titulares prometen frases “avance”, “cambio de juego”, “cambio de paradigma”, “un antes y un después” o una “revolución a la vuelta de la esquina”, luego las transformaciones prometidas pocas veces se cumplen. Sin embargo, es necesario, en estas épocas, producir y consumir noticias plagadas de clickbait, es decir, títulos engañosos destinados a atraer la atención de personas lectoras o tomadoras de decisiones en un ciclo de noticias que está 24 horas pendiente de novedades¹¹.

El *hype* naturalmente captura la atención e infiere en la creación de titulares llamativos. Eso conduce a que cuando buscamos informarnos sobre IA podemos encontrarnos con falta de rigor o sensacionalismo en su abordaje. Podemos suponer que la metodología actual de consumo de noticias digitales, dictada por la optimización en motores de búsqueda (SEO, por sus siglas en inglés) y algoritmos personalizados, alimenta la inclusión de palabras clave (en este caso, “inteligencia artificial”) y deja de lado terminologías específicas necesarias para entender y discernir la vasta variedad de sistemas y modelos que componen este universo tecnológico. También, evita profundizar en cuestiones de derechos de las personas al convivir con estos sistemas.

Cuando tratamos con temas de tecnología, es importante incluir no sólo las voces de los proveedores de las mismas, sino también otros especialistas: los propios desarrolladores, académicos independientes en el área, sociólogos, filósofos, y otras personas que vayan a ser impactadas por esos mismos sistemas. Por ejemplo, si contamos una historia acerca de cómo una IA podrá ayudar en la cura o tratamiento de una enfermedad, no sólo debemos recurrir a la palabra del vendedor de la novedad, sino también a la comunidad médica, a especialistas en bioética, comunidades de pacientes, etc.

11 Kukso, Federico: “Cómo los periodistas pueden evitar ‘el hype’ al cubrir los desarrollos de COVID-19 en América Latina”, Knight Center, 22 de diciembre de 2021: <https://journalismcourses.org/es/news/como-los-periodistas-pueden-evitar-el-hype-al-cubrir-los-desarrollos-de-covid-19-en-america-latina/>

La narrativa de ciencia ficción en las tecnologías

Otro elemento que atenta contra el objetivo de encontrar o producir contenidos ricos en información de calidad es la narrativa de ciencia ficción que rodea a este tipo de avances tecnológicos. Titulares como “La IA podría causar la extinción de la humanidad” o “¿La IA nos dejará sin empleo?”, enfocan a la tecnología como un ente autónomo y olvidan las relaciones y responsabilidades de las sociedades humanas: en la creación, la aplicación y el beneficio de las mismas. Al mismo tiempo, la reproducción de estos mensajes alientan los efectos distópicos¹², los cuales impiden acercar a las audiencias a comprender y tomar acción frente a un escenario donde ya existe una brecha tecnológica, en especial en América Latina.

“Podría decirse que lo más interesante de la IA a menudo no son los tecnicismos en torno al software, ni el lado del hardware. Es la dimensión humana interrelacionada, incluidos los intereses creados que siempre están involucrados en la definición y promoción de la IA, en el desarrollo de software y el control y acceso al hardware. Y, por supuesto, la disponibilidad, la propiedad y las condiciones en torno a los datos”, dice Guy Berger, ex secretario del Programa Internacional de la UNESCO para el Desarrollo de la Comunicación¹³.

Los principios fundamentales del periodismo aplicados a la IA

Enfrentados a este panorama, el primer paso es no perder de vista que las historias de IA necesitan abordarse con rigurosidad, con las mismas preguntas fundamentales de toda pieza periodística.

En el [Manual de periodismo de tecnología](#) (2019)¹⁴ se ofrece una guía completa y a la vez un método aplicable para no perder de vista ningún aspecto. Allí, se puede profundizar en dos pilares que permitirán construir piezas sólidas:

- 1) Cómo escribir una historia de tecnología:
 - Qué preguntas realizar.
 - Cómo sumar datos, imágenes y metáforas.
 - Cómo incorporar elementos de crónica a las historias de tecnología.
- 2) Las cuatro dimensiones de las historias de tecnología:
 - *The big picture*: El contexto de la historia.
 - El explicador: Comprender la tecnología.
 - Legislación: Universal, regional, nacional.
 - Los impactos: sociales, políticos, económicos.

El Manual, además, ofrece ejercicios prácticos para profundizar sus conocimientos y distintas herramientas y recursos útiles para la práctica profesional.

12 Zuazo, Natalia. Guerras de internet. Prefacio. Internet en el pedestal. Debate, 2015, Buenos Aires.

13 A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384551/PDF/384551eng.pdf.multi>

14 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371880>

Herramientas para un periodismo de IA con mirada crítica

Frente a sistemas de IA abiertos al público (como ChatGPT o Bard) que procesan enormes cantidades de información y tienen la capacidad de generar respuestas a cualquier pregunta (aunque pueda ser poco precisa o partir de una premisa falsa), el debate sobre “la verdad” cobra especial actualidad. Quienes ejercen el periodismo tienen la oportunidad de marcar la diferencia, construir sentido con una mirada crítica, discernir las fuentes de información, contextualizar y señalar impactos sociales de la tecnología, para convertirse en una fuente de información confiable para las personas.

Distinguir el tipo de inteligencia artificial

Una forma de marcar la diferencia es contextualizar y definir las diferentes tecnologías de IA, que se encuentran en constante evolución. Incluso, la propia definición de las características y propósito de estas tecnologías mutan a medida que su capacidad y usos se expanden.

La IA supone enseñar y entrenar a las máquinas a realizar tareas más o menos complejas que previamente eran propiedad de los humanos. Eso puede significar detectar tendencias a partir de datos o imágenes, reconocer patrones, conectar elementos, crear textos o imágenes a partir de otros datos existentes, etc.

Los algoritmos¹⁵ que procesan grandes cantidades de datos y modelos predefinidos para realizar tareas específicas ya nos acompañan en la vida cotidiana desde hace años. En términos sencillos, se trata de un conjunto de reglas o instrucciones que recibe los datos, los procesa y ofrece una respuesta. Esto es lo que hoy comúnmente llamamos “IA tradicional o débil”. Un ejemplo práctico es la tecnología aplicada por los buscadores y las redes sociales para ofrecernos contenido basándose en nuestros intereses, o las que pueden reconocer y catalogar elementos en imágenes. O los asistentes virtuales como Google Assistant o Alexa de Amazon.

El cambio de paradigma al que asistimos lo da la llamada “IA general o fuerte”. La misma comprende la utilización de modelos de redes neuronales¹⁶, aprendizaje automático¹⁷ y aprendizaje profundo¹⁸. Son sistemas capaces de realizar, en base y de acuerdo a los datos con los que fueron entrenados (*data sets*), una diversidad de tareas. En estos casos, muchos de estos sistemas actuales son generativos y utilizan modelos de lenguaje natural (NLP por sus siglas en inglés). Por ejemplo, a partir de un texto con nuestra solicitud (en inglés, *prompt*), pueden crear textos, imágenes y/o

-
- 15 Un conjunto ordenado de instrucciones, pasos o procesos que permiten desarrollar una tarea determinada. Son la base de los sistemas de IA.
 - 16 Una red neuronal es un método de la inteligencia artificial que enseña a las computadoras a procesar datos de una manera que está inspirada en la forma en que lo hace el cerebro humano.
 - 17 Es una parte de la IA donde las máquinas crean sus reglas o algoritmos y suposiciones en base a los datos que se les suministraron previamente. Un ejemplo común son los traductores o las respuestas que nos ofrece nuestro servicio de correo electrónico en base a nuestras conversaciones anteriores.
 - 18 Es una subcategoría del aprendizaje automático que trata del uso de redes neuronales para mejorar cosas tales como el reconocimiento de voz, la visión por ordenador y el procesamiento del lenguaje natural. En los últimos años, el aprendizaje profundo ha ayudado a lograr avances en áreas tan diversas como la percepción de objetos, la traducción automática y el reconocimiento de voz. A diferencia de lo que ocurre con el aprendizaje de máquina, el aprendizaje profundo está menos sometido a supervisión. Implica, por ejemplo, la creación de redes neuronales a gran escala que permiten que el ordenador aprenda y “piense” por sí mismo sin necesidad de intervención humana directa.

videos, y hasta realizar tareas cognitivas y de toma de decisiones de manera más sofisticadas que antes.

El Rol del código abierto

En el desarrollo de software se denomina Código Abierto o Código Libre a la práctica de poner a disposición públicamente el código fuente de un programa o aplicación. Este enfoque, que promueve la colaboración y la transparencia, desempeña un papel crucial en la industria de la inteligencia artificial (IA). A diferencia del código cerrado o código privativo, la posibilidad de acceder a la fuente posibilita una comprensión profunda sobre el funcionamiento de la tecnología y permite que la misma pueda ser modificada para adaptarse a otros entornos o distribuida por cualquier persona.

La comunidad del software libre promueve la democratización del conocimiento al facilitar el uso de la tecnología a un público más amplio. Esto garantiza el desarrollo de nuevas soluciones, optimizando recursos de una forma transparente y colaborativa. Conocer la naturaleza del código fuente de cualquier sistema es información valiosa tanto cuando comunicamos el alcance de una herramienta de IA como cuando decidimos utilizarla.

El problema de las “alucinaciones” en la IA generativa

Algo fundamental a tener en cuenta ante el uso de estas herramientas que generan texto a partir de datos preexistentes es que la genera un texto nuevo mediante la predicción según patrones y reglas lingüísticas. En este proceso muchas veces genera lo que comúnmente se denomina “alucinaciones”, es decir, información que parece coherente pero resulta falsa o imprecisa. Por eso es importante desaconsejar su uso en tareas que requieran de precisión y evitar usarlo como única fuente de consulta. Durante el seminario web organizado por The International Journalists’ Network¹⁹, Álvaro Soto, director del Centro Nacional de Inteligencia Artificial en Chile (CENIA)²⁰ planteó que actualmente uno de los grandes desafíos es comprender el “comportamiento emergente”: “Aún no se comprende por qué cuando a estas técnicas las alimentamos con más datos (un trillón, en el caso de Chat GPT) comienzan a mostrar estas capacidades cognitivas tan avanzadas” y por este motivo expresa que hay que tener especial discreción en la aplicación de estas tecnologías. “Son máquinas, herramientas muy poderosas que ahora están a disposición de las personas en distintos ámbitos y tenemos que encontrar la manera de que estén al servicio de las personas y nos permitan generar sociedades más iguales y no lo contrario”, dijo.

Inteligencia artificial generativa y desinformación

Ante la proliferación de IA generativa, tanto de texto como audiovisuales, el desafío en adelante será filtrar, editar, contextualizar e implementar nuevos métodos para diferenciar lo falso de lo real.

La IA generativa genera un impacto dual en la desinformación. Por un lado, permite la producción y distribución de desinformación a una escala sin precedentes, con la capacidad de crear contenido

19 Seminario web 87: Desafíos y oportunidades de la inteligencia artificial en la labor periodística <https://www.youtube.com/watch?v=QFAFkCqPuO8&t=68s>

20 <https://cenia.cl/>

manipulado más sofisticado. Al mismo tiempo, surgen cada vez más aplicaciones de IA, como *chatbots* de verificación de datos y herramientas de detección de contenido falso, como la búsqueda inversa de imágenes y algoritmos que identifican si una imagen o video ha sido manipulado.

En un escenario de *fake news*, la IA generativa impactará tanto en la producción de noticias como en la circulación de las mismas. En especial, el mayor desafío será el manejo de herramientas cada vez más sofisticadas para detectar:

- El origen de un texto o una imagen.
- La manipulación de un texto o una imagen.
- La composición de un texto, imagen o video (de cuántas fuentes o partes está constituido).

En este sentido, el trabajo de los y las periodistas debe mantener una constante re-educación. El contraste de la información va a seguir teniendo un valor fundamental. Se tendrá que complementar con distintas herramientas y recursos (ver Caja de Herramientas al final de este documento), en pos de brindar credibilidad y ubicarse en su rol clave de arrojar luz a la sociedad.

Involucrarse en la creación de esas herramientas también será fundamental y lo está siendo en distintas partes del mundo. Los y las periodistas, con sus conocimientos sobre el relevamiento de fuentes, recursos y edición, deben ser protagonistas de las propias tecnologías que ayuden a combatir la desinformación en la era de la IA.

La *startup* portuguesa The Newsroom, fundada por Pedro Henriques y Jenny Romano en 2021, se embarcó en un proyecto que pone los conocimientos del periodismo al servicio la información ciudadana, valiéndose de las tecnologías de inteligencia artificial. A través de una aplicación, The Newsroom ofrece resúmenes diarios de noticias generados por IA con el objetivo de mostrar una imagen completa de los hechos estos resúmenes se basan en noticias ampliamente reportadas. “Identificamos los elementos de consenso en torno a lo que se informa. Entonces, ¿cuáles son las cosas principales en las que todos los periódicos están de acuerdo? ¿Cuáles son los hechos básicos sobre los que todo el mundo está informando? Y por otro lado, ¿cuáles son los elementos de divergencia? En base a eso, escribimos un nuevo artículo que esencialmente empaqueta eso, por lo que comienza con los elementos de consenso, los hechos básicos de lo que está sucediendo, y luego puede explorar lo que llamamos las múltiples perspectivas”, explica Henríquez. Actualmente, presentan un producto mínimo viable en inglés, pero buscan expandirse e implementar otros idiomas²¹.

Cuestionar los datos de entrenamiento de los sistemas de IA

La IA se suele presentar generalmente a través de sus resultados. “Esta herramienta de inteligencia artificial predice resultados médicos mejor que la mayoría de doctores”, señala un titular en un medio digital. Sin embargo, poco se dice de los datos con los que los modelos se entrenan, o sobre el conjunto de datos invisibles (llamado conjunto de prueba o validación) que se utilizan para llegar a los resultados. También, en general, suele quedar invisibilizada la construcción de los algoritmos, es decir las instrucciones para tomar las decisiones.

Cuando nos referimos a datos no sólo hablamos de letras o números: también hablamos de imágenes, rostros humanos, datos biométricos de las personas, sonidos, huellas dactilares, estudios médicos, es decir, una gran cantidad de información disponible en bases de datos públicas y privadas. Considerarlo es relevante ya que, como señala Kate Crawford, “los sistemas de

21 <https://thenewsroom.ai/>

aprendizaje automático se entrenan con imágenes como estas todos los días, imágenes obtenidas de internet o de instituciones estatales, sin contexto y sin consentimiento”.Y agrega: “Son cualquier cosa menos neutrales. Representan historias personales, desigualdades estructurales (...) Pero la presunción de que, de alguna manera, estas imágenes pueden servir como materiales apolíticos inertes influye en el cómo y en el qué ‘ve’ una herramienta de aprendizaje automático”²². El contexto de los datos, la construcción de la diversidad de la base de entrenamiento y la capacidad de representación que tienen, es extremadamente relevante para obtener resultados confiables en los sistemas de IA.

“En 2017, los investigadores de Amazon descartaron un modelo de aprendizaje automático utilizado para filtrar currículos luego de descubrir que discriminaba a las mujeres. ¿El culpable? Sus datos de capacitación, que consistían en los currículos de las contrataciones anteriores de la empresa, que eran predominantemente hombres”, ejemplifica el Columbia Journalism Review²³. Otro caso que llegó a los titulares de distintos medios fue el “sistema de IA” que el gobierno de Salta, una provincia de la Argentina, anunció que “podía predecir el embarazo adolescente”, basado en un modelo de la empresa Microsoft. Distintas investigaciones periodísticas²⁴ ²⁵y académicas, tras indagar en la construcción de los datos y los algoritmos utilizados, encontraron que el modelo arrojaba el mismo resultado (posibilidad de embarazo) prácticamente sin importar los datos de entrenamiento. Sin embargo, al aplicarlo en comunidades con altos índices de pobreza, bajos niveles educativos y falta de recursos, pero además situados en localidades donde habitaban pueblos originarios, establecía la conclusión de que en esos lugares existían más posibilidades de embarazo joven, estigmatizando a esas mujeres y niñas. Tras llegar a los medios de manera crítica, la efectividad del programa fue cuestionada y su uso tuvo que revisarse.

Dentro de este apartado, la privacidad y el manejo de los datos personales es otra preocupación. El entrenamiento de modelos de IA en base a información y datos personales recogidos sin consentimiento de las personas es otro problema frecuente, que debe ser abordado por el periodismo. Tal es el caso de IBM, que en 2019, lanzó un conjunto de datos con los rostros de un millón de personas. Al año siguiente, un grupo de demandantes hizo juicio a la empresa por incluir sus fotografías sin consentimiento.

Al igual que en el resto de los temas de tecnología, conocer las leyes de protección de datos locales, regionales e internacionales, es fundamental para abordar desde el periodismo los temas de IA²⁶. Los y las periodistas deben preguntar a los desarrolladores de IA sobre sus prácticas de recopilación de datos y si los sujetos dieron su consentimiento. Para eso, deben primero conocer la legislación vigente.

También, es relevante que se indague sobre cómo se trabaja con los datos y las prácticas laborales de quienes se encargan de procesar y clasificar la enorme masa de información existente. Según la revista Time, OpenAI subcontrata trabajadores de Kenia por 2 dólares la hora para etiquetar contenido ofensivo que luego es utilizado para entrenar al ChatGPT²⁷.

22 Atlas de la inteligencia artificial, op. cit.

23 “How to report better on artificial intelligence”, Columbia Journalism Review, 6 de julio de 2023.

24 <https://nataliazuazo.com/2018/04/21/inteligencia-artificial-prejuicios-salta-y-conin/>

25 <https://www.wired.com/story/argentina-algoritmo-embarazada-prediccion/>

26 Manual de Periodismo de tecnología, op. cit.

27 “Exclusive: OpenAI Used Kenyan Workers on Less Than \$2 Per Hour to Make ChatGPT Less Toxic”, Billy Perrigo, 18 de enero de 2023: <https://time.com/6247678/openai-chatgpt-kenya-workers/>

Cuestionar los modelos de la IA

“Este modelo de IA garantiza un 90 por ciento de exactitud”. Frases como ésta rodean la narrativa de la inteligencia artificial por parte de las empresas. Parte de la labor periodística es cuestionar esas afirmaciones, profundizando a través de preguntas sobre los datos del modelo, la verificación de los mismos en el mundo real o solicitar ejemplos concretos de su implementación.

Algunas preguntas que ayudarán a avanzar en la precisión son, por ejemplo:

- ¿Qué tipos de datos y de qué fuentes se utilizaron para su entrenamiento?
- ¿A partir de esta prueba concreta, podemos generalizar la conclusión a otros ámbitos, o tendríamos que realizar distintas pruebas con otros conjuntos de datos?
- ¿Se probó el modelo en teoría o en su ámbito concreto de dominio?
- ¿Qué margen de error, falsos positivos o falsos negativos tiene este modelo?
- ¿Dónde o en qué sesgos se detectan estos errores?
- ¿Cómo se trabajará para resolverlos?

Tal vez, luego de esta serie de preguntas, la empresa señale que el modelo tiene otro tipo de efectividad, o pueda explicar más acerca de las mejoras que está implementando en él. Muchas veces, además de contribuir al entendimiento del público, estas consultas son útiles para los mismos responsables de las empresas, que pueden así profundizar en el trabajo realizado no sólo hasta el momento, sino explicar hacia atrás cómo se llegó a los resultados, y hacia adelante para las mejoras de los mismos.

En términos de derechos de las personas, es vital que los modelos de IA garanticen resultados equitativos. En este sentido, la pregunta sobre cómo funciona un modelo entre diferentes grupos de personas es la más importante en pos de evitar discriminación o sesgos (de género, raciales, socioeconómicos, culturales, etc). Por ejemplo, en el caso de herramientas de detección de enfermedades a través de imágenes, es sumamente relevante considerar los falsos positivos o el entrenamiento de los sistemas en personas de distintos grupos etarios o lugares geográficos, ya que la utilización de estas tecnologías sin supervisión humana puede dar lugar a tratamientos desde ineficaces hasta nocivos para la salud.

Los sistemas de reconocimiento facial son particularmente propensos a devolver falsos positivos. La organización de investigación periodística ProPublica, publicó en 2016 una investigación sobre el algoritmo COMPAS, utilizado para predecir futuros crímenes en Estados Unidos, con un margen de dos años. El equipo de periodistas Julia Angwin, Jeff Larson, Surya Mattu y Lauren Kirchner encontró que, a pesar de tener una precisión similar entre los acusados blancos y negros, el algoritmo tenía el doble de falsos positivos para los acusados negros que para los blancos²⁸.

En 2022, se declaró inconstitucional el sistema de reconocimiento facial de prófugos de la Ciudad de Buenos Aires (SRFP, por las siglas de sistema de reconocimiento facial de prófugos), como consecuencia de una acción judicial colectiva liderada por la organización Observatorio de Derecho Informático Argentino. Entre los fundamentos validados en la sentencia, se señaló que el SRFP “tuvo como resultado un cúmulo de falencias e irregularidades dentro de las cuales recalzó la creación de falsos positivos” y la necesidad del gobierno de esa ciudad de realizar una

28 “Machine Bias. There’s software used across the country to predict future criminals. And it’s biased against blacks”, ProPublica, 23 de mayo de 2016: <https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing>

evaluación de impacto en la protección de datos personales, de acuerdo con la normativa legal vigente²⁹.

Narrar los impactos políticos, sociales y culturales

Como se señala en el *Manual de Periodismo y tecnología*³⁰, “una vez que narramos una noticia, de tecnología, ofrecemos contexto, explicación técnica y, si era necesario, legal, resta analizar los impactos de esa historia más allá de la novedad”. El mecanismo más relevante para realizar un análisis de impacto es desafiarse a mirar más allá de lo aparente: tomar las máquinas y los procesos que las rodean y hacernos preguntas sobre ellos y su vínculo con la realidad.

Los mejores análisis son los que parten del cruce entre las tecnologías emergentes y la vida cotidiana de las personas. En el caso de los algoritmos, esto puede ser:

- ¿Cómo están siendo utilizados para la vigilancia, con qué tecnologías, pruebas de efectividad o de falsos positivos, en mi ciudad o el lugar dónde vivo?
- ¿Cómo está siendo la IA utilizada para el manejo, control o seguimiento de los trabajadores en una industria en particular?
- ¿Cómo las nuevas herramientas de la automatización están afectando a un sector en especial, por ejemplo el del arte o una industria en particular?
- En los ámbitos de la salud, la educación, las comunicaciones y la cultura: ¿qué herramientas se ofrecen, qué impactos tienen?
- ¿Qué sesgos presentan estos sistemas? ¿Generan mayor bienestar e igualdad, o al contrario, amplifican problemas preexistentes?

Es importante destacar que los modelos de IA pueden funcionar según lo esperado (ofrecer resultados) y, aun así, tener problemas. Por esa razón, recomendamos recurrir a una serie de principios éticos y nociones de derechos humanos, que se mencionan a continuación, que pueden ayudarnos a evaluar las tecnologías automatización.

Principios éticos y evaluación de impactos

La Recomendación de Ética de la Inteligencia Artificial de la UNESCO³¹ es una herramienta completa que propone principios y recomendaciones en pos de proteger, promover y respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales, así como para contemplar la diversidad cultural en todas las etapas del ciclo de vida de los sistemas de IA. Con sus principios como norte, podemos realizar una serie de preguntas para evaluar los impactos en diferentes aspectos:

29 “Se declara inconstitucional el sistema de reconocimiento facial de prófugos de la Ciudad de Buenos Aires”, 2 de noviembre de 2022, <https://iapp.org/news/a/se-declara-inconstitucional-el-sistema-de-reconocimiento-facial-de-profugos-de-la-ciudad-de-buenos-aires/>

30 Manual de periodismo y tecnología, op. cit.

31 Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380455_spa

Tabla 1. Principios éticos para la IA y preguntas guía para su aplicación

Principios	Preguntas guía
Proporcionalidad y no causar daño	<p>¿Tiene proporción esta herramienta para el fin que fue ideada?</p> <p>¿Su efecto sobre el problema causa algún daño?</p>
Seguridad y protección	<p>¿Hay riesgos de seguridad o posibilidad de vulnerabilidades en la utilización de este sistema?</p> <p>¿Fueron debidamente evaluados y corregidos antes de ser puestos en práctica?</p> <p>¿Brinda la protección suficiente a las personas el uso de esta herramienta?</p>
Equidad y no discriminación	<p>¿Se redujeron al mínimo o evitaron los resultados discriminatorios o sesgados a lo largo del ciclo de vida de este sistema de IA?</p> <p>¿Se contemplaron recursos efectivos contra la discriminación y la determinación algorítmica sesgada?</p>
Derecho a la privacidad y protección de datos	<p>¿Los datos para estos sistemas de IA se recogen, utilizan y comparten de manera legal, según las normas de mi país?</p>
Supervisión y determinación humana	<p>¿Es posible atribuir la responsabilidad ética y jurídica (en cualquier etapa del ciclo de vida de los sistemas de IA) a personas físicas o a entidades jurídicas existentes, o a organismos públicos encargados de dicha misión?</p>
Transparencia y explicabilidad	<p>¿Las personas usuarias están plenamente informadas cuando una decisión se basa en algoritmos de IA o se toma a partir de ellos, en particular cuando afecta a su seguridad o a sus derechos humanos?</p> <p>¿Tienen la oportunidad de solicitar explicaciones e información al actor de la IA o a las instituciones del sector público correspondiente?</p> <p>¿Las personas usuarias conocen los motivos por los que se ha tomado una decisión que afecta a sus derechos y libertades?</p> <p>¿Tienen la posibilidad de presentar alegaciones a un miembro del personal de la empresa del sector privado o de la institución del sector público habilitado para revisar y enmendar la decisión?</p> <p>¿Los actores de la IA informaron a las personas usuarias cuando un producto o servicio se proporcionó directamente o con la ayuda de sistemas de IA, de manera adecuada y oportuna?</p>
Responsabilidad y rendición de cuentas	<p>¿Los actores responsables de este sistema de IA (públicos/privados) rinden cuentas sobre las acciones tomadas o basadas en él?</p> <p>¿Existen mecanismos adecuados de supervisión, evaluación del impacto, auditoría y diligencia debida, incluso en lo que se refiere a la protección de los denunciantes de irregularidades, para garantizar la rendición de cuentas respecto de los sistemas de IA y de su impacto a lo largo de su ciclo de vida?</p>
Sensibilización y alfabetización	<p>¿Existen una sensibilización y alfabetización adecuadas respecto del funcionamiento de este sistema de IA, mediante una educación abierta, accesible, con participación plena de distintos actores de la sociedad, que incluya un enfoque de derechos humanos?</p>

Principios éticos de la IA: Su aplicación en el periodismo

El impacto futuro de la IA en el periodismo todavía es incierto y está en construcción. Sin embargo, su potencial de ejercer una influencia amplia y profunda en la sociedad reaviva el debate sobre la responsabilidad y la ética editorial dentro del oficio periodístico. Los manuales de estilo marcan el estándar de producción periodística de cada medio, pero la creciente incursión en tecnologías emergente despiertan nuevos interrogantes sobre las buenas y las malas prácticas dentro del oficio.

Tal como señalábamos previamente en **“Narrar los impactos políticos, sociales y culturales”**, además de ser capaces de abordar las repercusiones de la IA en las historias periodísticas, el uso de nuevas herramientas automatizadas en la redacción también requiere una evaluación acorde a principios éticos y de derechos humanos.

En 2021 la BBC creó un apartado de “Directrices de periodismo computacional”³² que se inspiran en los valores editoriales de la BBC y profundizan en la búsqueda de un “marco de equidad, responsabilidad, confidencialidad, transparencia y seguridad en la recuperación de información”. Ese mismo año, la Corporación de Radio y Televisión Española RTVE expresó en un comunicado³³ los desafíos éticos y morales con los que se encuentran al momento de implementar IA. Algunos de los que menciona: responsabilidad en sistemas que tomen algún tipo de decisión, principios de propiedad intelectual, uso del lenguaje español, soberanía tecnológica y coherencia respecto al impacto medioambiental.

La necesidad de supervisión humana de las herramientas, datos y modelos es uno de los principios que se repiten en las recomendaciones de medios de comunicación, y que también está presente en la Recomendación de Ética de la Inteligencia Artificial de la UNESCO. En las distintas fases de la producción de una historia o contenido periodístico, la supervisión de personas, con más o menos experiencia, será fundamental en las distintas instancias de revisión previas a la publicación.

La transparencia se presenta como un segundo principio a considerar. Si un contenido periodístico fue creado con ayuda de herramientas de IA esta información es tan relevante para la audiencia como la mención de las fuentes de información o la firma del autor. Esto también aplica para herramientas de manejo de imágenes, datos de las muestras utilizadas para generar una infografía, e incluso el equipo de personas encargadas de trabajar en un nuevo algoritmo para brindar una solución a una redacción.

“Muchas veces no hay una mirada crítica sobre las tecnologías más allá de que resuelvan cosas. Creo que debemos pensar qué herramientas y cómo están construidas”, expresa Gia Castello, hackactivista y gestora de proyectos para fortalecer el periodismo independiente. Por ejemplo, la minería de datos que realizan algunos sistemas resulta relevante para el periodismo de investigación, en especial en temas y regiones sensibles. En consecuencia, se debe realizar una evaluación de impacto a la hora de elegir las herramientas y saber cómo resguardarse antes de asumir riesgos. “Si estamos haciendo una investigación y utilizando una herramienta privativa, podemos por ejemplo usar un mail alternativo y una VPN, que refiera a otra geolocalización, para ofuscar³⁴ los datos que vamos dejando utilizando estas herramientas”, recomienda Castello.

32 “Responsible AI at the BBC: Our Machine Learning Engine Principles”, Myrna Macgregor, mayo 2021: <https://www.bbc.co.uk/rd/publications/responsible-ai-at-the-bbc-our-machine-learning-engine-principles>

33 <https://www.rtve.es/rtve/20210128/2020-ano-ia-innovacion-rtve/2070942.shtml>

34 La ofuscación se refiere a encubrir el significado de una comunicación haciéndola más confusa y complicada de interpretar para terceros.

En este sentido, la apuesta por la **creación y utilización de productos y tecnologías locales cobra especial relevancia**. Si pensamos que la IA puede incidir a gran escala y asumir tareas importantes en la construcción de la industria de las noticias, entonces es importante tener el mayor control y autonomía posible sobre esas herramientas.

Las **cuestiones sobre derechos de autor** también emergen con el auge en el uso de sistemas generativos de inteligencia artificial para las tareas periodísticas. Desde los materiales con los que fue entrenado un modelo hasta la originalidad y autoría de las piezas creadas (sean de texto, imagen o video), el debate se dirime entre la ética, las buenas prácticas y los aspectos legales. En un seminario web del Centro Internacional para los Periodistas (ICFJ)³⁵, la directora de investigación de Data & Society Jenna Burrell expresó que esta problemática también afecta directamente al reconocimiento del trabajo periodístico. “El trabajo que has publicado como periodista está protegido por derechos de autor y es el que sirve de base a ese modelo, sin que recibas compensación alguna. No creo que la ley de derechos de autor esté realmente a la altura en este momento”, expresó.

La **seguridad de las y los periodistas** también adquiere relevancia en entornos de manejo de herramientas de IA. La naturaleza de las herramientas utilizadas debe también considerarse en los procesos periodísticos. Así como sucede con servicios como Google o con las plataformas de redes sociales, existen herramientas de libre acceso provistas por empresas privadas que, ante la decisión de usarlas, es preciso analizar el impacto de la forma en la que fueron entrenadas y de cómo funcionan. Para proteger la integridad de la información ingresada y generada con estas herramientas, pero también para mantener protegidos datos y fuentes, es necesario que periodistas y equipos de redacción se familiaricen con los términos de servicio en cuanto a políticas de uso, datos y almacenamiento.

35 <https://ijnet.org/es/story/chatgpt-y-periodismo-ventajas-desventajas-y-temores>

Parte 2: El uso de la IA en las redacciones de América Latina

Crecimiento y usos

En las últimas décadas, la transformación digital aceleró procesos en la producción de noticias. Transmutaron herramientas analógicas por digitales en todos los procesos de producción, **florecieron nuevos medios nativos digitales**³⁶, surgieron nuevos formatos de periodismo y se han ido implementando cada vez más herramientas de automatización de tareas. Esto sucedió, incluso, con aplicaciones que no fueron pensadas para ser incorporadas al trabajo diario de los comunicadores.

“Hay aplicaciones de IA para todas las fases del proceso periodístico –reporteo, producción y distribución–, así como usos comerciales y de interacción”, dice Mattia Peretti, director del proyecto JournalismAI³⁷. Las herramientas que incorporan automatización pueden ser utilizadas individualmente por los trabajadores de prensa para optimizar los propios procesos o aplicadas como estrategia global del medio para mejorar o aumentar el nivel de producción.

La incorporación de IA a las redacciones va desde los correctores gramaticales automatizados que facilitaron (y hasta en algunos casos reemplazaron) el oficio del corrector en las redacciones hasta la incorporación del uso de big data para analizar el impacto de los contenidos en las audiencias o abrir nuevas oportunidades en el periodismo de investigación. Entre otras herramientas, encontramos:

- **Los transcritores de audio o traductores automáticos:** Estos son buenos ejemplos de cómo se puede acelerar el proceso de desgrabado de una entrevista y de la posibilidad de incorporar fácilmente fuentes de contenido de otras latitudes.
- **Para producir o distribuir contenido audiovisual** encontramos cada vez más programas, aplicaciones web, aplicaciones para teléfonos inteligentes pensadas para usuarios con bajo nivel de conocimiento técnico para editar, subtítular y dar formato a contenidos (textos, imágenes, audios) para distintas plataformas.
- **Para el periodismo de datos**, la utilización de *machine learning* en la identificación de patrones y tendencias a partir de grandes bases de datos, ha representado una reducción del tiempo que los equipos periodísticos destinan al análisis de información masiva, contribuyendo en la tarea de realizar conexiones, contextualización y reportajes de largo alcance.

36 “La Fundación Gabo publica ‘El hormiguero’: la investigación más completa sobre medios nativos digitales latinoamericanos”, Fundación Gabo, 22 de agosto de 2022: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/publicaciones/la-fundacion-gabo-publica-el-hormiguero-la-investigacion-mas-completa-sobre>

37 <https://journalismai.com/>

- En usos comerciales, **las estadísticas** se convirtieron en una clave para demostrar el impacto de un medio. La aplicación de tecnologías que utilizan datos de los propios usuarios, como la **publicidad programática**³⁸, abrieron nuevas oportunidades de anuncios personalizados.
- En el universo audiovisual, los **gráficos generados por computadora** (CGI, por sus siglas en inglés de *computer generated imagery*) comenzaron a promoverse con mayor éxito en la década de 1990. Estos gráficos revolucionaron los efectos especiales y los entornos digitales fueron adquiriendo mayor calidad. Con el avance de estas tecnologías, en los últimos 10 años hemos visto casos en los que los **medios sintéticos**³⁹ se vuelven tan realistas que es difícil de distinguir si lo que observamos fue manipulado. Actualmente, asistimos a una gran capacidad de sistemas de IA de alto rendimiento de generar contenido audiovisual de cualquier tipo: imágenes, fotografías, videos y hasta modelado 3D⁴⁰, que pueden incorporarse en la rutina periodística. En el caso de los medios sintéticos, existen desafíos particulares para su uso responsable, que deben considerarse en el trabajo periodístico⁴¹.

La IA “ya no puede considerarse como tecnologías de ‘próxima generación’, sino que se está convirtiendo rápidamente en una parte central de una operación de noticias moderna en todos los niveles” expresan desde la experiencia en el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford⁴². El periodista Francesco Marconi clasifica la innovación en creación de contenido periodístico utilizando IA en tres etapas: **automatización, aumento y generación**⁴³.

La **automatización y al aumento** de noticias se centran en los datos. La primera, a través de la utilización de técnicas de generación de lenguaje natural para contenidos de finanzas, deportes o economía. La segunda, con la tendencia de analizar grandes conjuntos de datos, para descubrir y contar nuevas historias.

Actualmente, la tercera etapa pasa por la **generación, o IA generativa**. La misma contempla grandes modelos de procesamiento de lenguaje natural capaces de generar texto de forma rápida y coherente, en modelos conversacionales que responden “preguntas” mediante indicaciones específicas llamadas *prompts*. Esta tecnología promueve un sinfín de usos, desde técnicos hasta artísticos, y también en el campo periodístico.

En 2023, sistemas de IA generativa como ChatGPT (de OpenAI), Bard (de Google) o la nueva versión del buscador Bing (de Microsoft) se presentaron al público, generando preguntas y desafíos para los y las periodistas y medios. Entre las oportunidades que presentan, se destacan la rapidez y naturalidad con que logra generar textos en tiempo casi real. Entre los desafíos, la opacidad de sus fuentes, la incapacidad propia de contrastar datos con fuentes externas en tiempo real, las

38 La publicidad programática o *programmatic advertising* se define como la compra de anuncios online en tiempo real, en diferentes soportes o formatos, y en diversas webs. Para lograrlo, entre otras herramientas, se utilizan algoritmos y una gran cantidad de datos, tanto de los anunciantes como de los usuarios, con el objetivo de segmentar de la manera más precisa posible la oferta.

39 Los medios sintéticos son contenidos digitales creados o modificado mediante algoritmos, especialmente a través IA. Pueden incluir imágenes, audio, voz, música, lenguaje natural, y su producción pasa de ser física a lograrse mediante herramientas digitales.

40 En la sección Caja de Herramientas, al final de esta publicación, encontrarán los sistemas actuales más populares.

41 Sugerimos consultar la guía elaborada por la organización Partnership on IA: “PAI’s Responsible Practices for Synthetic Media. A Framework for Collective Action”, publicada en febrero de 2023, en: <https://syntheticmedia.partnershiponai.org/#landing>

42 Digital News Report 2023, Reuters Institute: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es>

43 Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism, Francesco Marconi, Columbia University Press, 2020.

respuestas erróneas y la copia de fragmentos de textos plagiados, son algunos desafíos de los que deben ser considerados. Las herramientas para detectar contenido escrito por modelos de lenguaje como ChatGPT, sin embargo, están comenzando a desarrollarse de manera rápida: GPTZero y un software de la propia OpenAI están en marcha, aunque aún con un amplio margen de error.

La IA generativa basa sus resultados en el entrenamiento de cantidades masivas de información. Esto genera debates en torno a cuestiones como sus **fuentes, derechos de autor y confiabilidad de los datos**. Respecto de sus fuentes, una investigación del Washington Post⁴⁴ exploró los datos con los cuales se conformaba el contenido de ChatGPT. De acuerdo con el artículo, las fuentes mayoritarias son, por el momento, sitios de noticias del Norte Global – y en especial de Estados Unidos y el Reino Unido- tales como el New York Times, Los Angeles Times, The Guardian, The Huffington Post y Forbes.

La inclusión del contenido de los medios en los motores de IA supone también un desafío para los **medios de comunicación, que están comenzando a realizar acuerdos con las empresas de IA para la utilización de su contenido**, de acuerdo a normas previamente establecidas. En julio de 2023, la agencia de noticias Associated Press firmó un acuerdo de dos años con OpenAI para compartir el acceso a contenido de noticias y tecnología. El acuerdo marca uno de los primeros acuerdos oficiales para compartir noticias entre una importante empresa de noticias de Estados Unidos y una empresa de inteligencia artificial⁴⁵.

La IA en la distribución de contenidos y análisis de métricas

Los usos más extendidos de IA actualmente se encuentran en el análisis de datos a gran escala, que arrojan información sobre la experiencia del usuario y brindan la posibilidad de medir resultados de forma certera. Esto, en paralelo con la construcción de nuevos entornos en internet como pueden ser las redes sociales para la distribución de contenidos, influye directamente sobre las estrategias macro y micro de telecomunicaciones. Un ejemplo de esta transformación puede comprobarse comparando un mismo artículo y la forma en que se presenta en periódicos y revistas físicas respecto de su misma publicación en medios digitales.

Actualmente, herramientas como Google Analytics, Marfeel y Charbeat están instaladas en los procesos de toma de decisiones de una gran cantidad de medios. Las mismas permiten obtener datos tales como:

- Tráfico total y visitantes únicos
- Fuentes de tráfico
- Tiempo en el sitio y tasa de rebote
- Páginas vistas por sesión
- Interacción en redes sociales
- Conversiones y objetivos
- Retención de usuarios
- Perfil de audiencia

44 “Inside the secret list of websites that make AI like ChatGPT sound smart”, Kevin Schaul, Szu Yu Chen y Nitasha Tiku, Washington Post, 19 de abril de 2023: https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2023/ai-chatbot-learning/?tid=ss_tw

45 “Exclusive: AP strikes news-sharing and tech deal with OpenAI”, 13 de julio de 2023: <https://www.axios.com/2023/07/13/ap-openai-news-sharing-tech-deal>

Las métricas son aliadas en el ecosistema de productos periodísticos. Permiten evaluar el alcance, el impacto y la popularidad, conocer a la audiencia y medir los objetivos para ajustar la estrategia periódicamente.

Imagen 1. Mapa de calor en Wikipedia



Otra herramienta utilizada son los *heatmaps* o mapas de calor. Se trata de representaciones visuales de cómo los usuarios interactúan con un sitio web o una aplicación, e incluyen información valiosa para los equipos de diseño en medios.

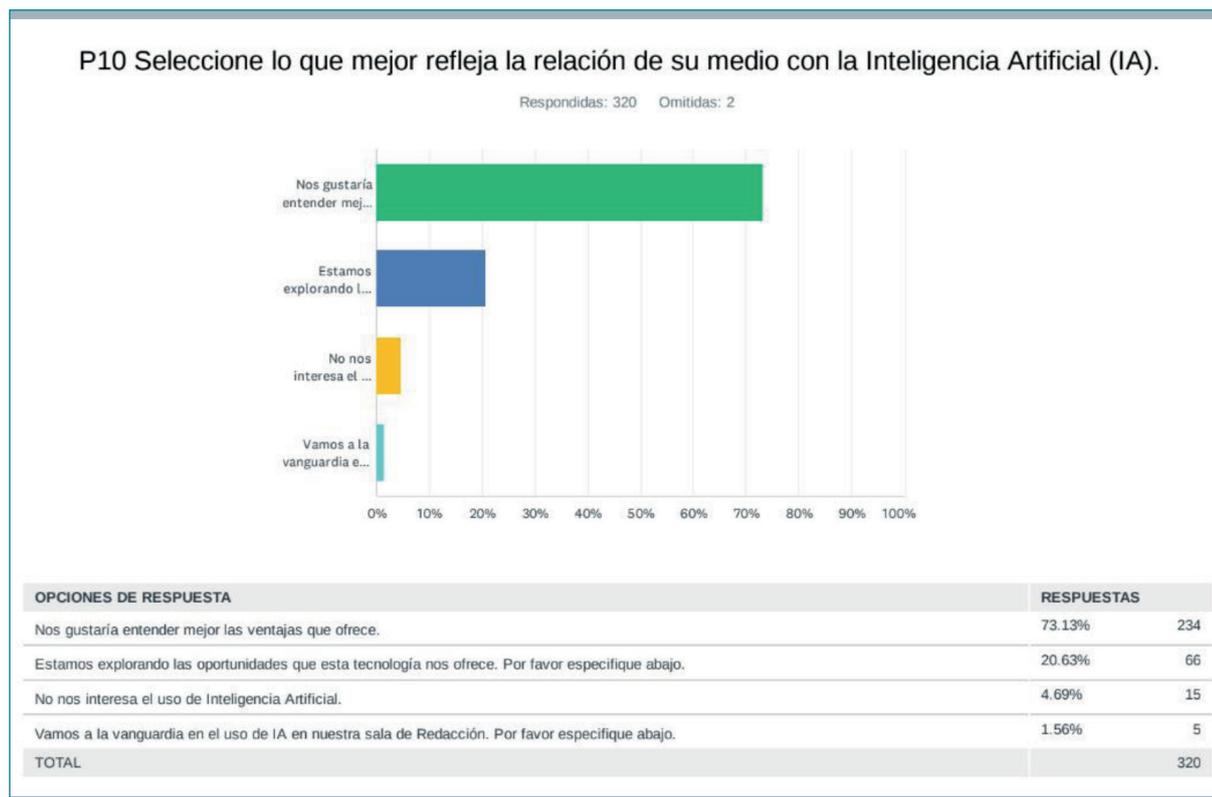
La automatización en las redacciones de América Latina

Si bien la IA ya es una parte importante del periodismo, se encuentra distribuida de manera desigual. La capacidad de innovar todavía marca una brecha entre los medios, de acuerdo a sus recursos económicos, dotación de personal y capacidad de actualización permanente. Aun así, en América Latina encontramos medios de todos los tamaños que están experimentando en la creación y toma de decisiones en este campo.

Una encuesta realizada por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) a 320 medios sobre el estado de la transformación digital en 2023 arrojó los siguientes resultados:

- El 73 % expresó que le gustaría entender mejor las ventajas que ofrece la Inteligencia artificial.
- El 20 % dijo estar explorando su uso.
- Y sólo 5 medios de los que completaron la encuesta afirmaron estar a la vanguardia en la aplicación de este tipo de tecnologías.

Gráfico 1. Encuesta sobre el estado de la transformación digital 2023 de la SIP.



Fuente: <https://media.sipiapa.org/adjuntos/185/documentos/001/850/0001850535.pdf>

Según un estudio realizado en 2021 por la aceleradora de medios digitales Sembramedia⁴⁶, el porcentaje de medios digitales utilizando sistemas de IA en América Latina todavía no es elevado. De acuerdo con la investigación, solo 10 % de los medios en la región cuentan con algún tipo de estas tecnologías en sus procesos. Por otro lado, el informe señala que ese 10 % ha logrado mejorar sus resultados en cuanto a ingresos, páginas vistas y usuarios únicos. El mismo trabajo refleja los usos más comunes de la IA en medios: creación de contenidos, mejoras en los procesos de redacción, selección inteligente de audiencias, transcripción de entrevistas, producción automatizada de boletines, y una alta utilización en tareas referentes a las redes sociales.

En estos procesos de transformación digital e incorporación de nuevas tecnologías, la formación constante resulta de especial relevancia. En la región, durante los últimos años la Oficina Regional de la UNESCO para América Latina y el Caribe ha puesto en marcha programas de capacitación en IA y tecnología para medios, periodistas y actores judiciales, con más de diez mil personas capacitadas a través de alianzas con la Sociedad Interamericana de Prensa, la Federación de Periodistas de América Latina y el Centro Knight para el Periodismo de la Universidad de Texas, entre otros⁴⁷.

46 “Punto de inflexión Internacional”, Sembramedia: <https://data2021.sembramedia.org/wp-content/uploads/2021/11/Inflection-point-ESP-Nov3-2021.pdf>

47 Más de 4.000 comunicadores en América Latina y el Caribe se capacitan en tecnología, periodismo e inteligencia artificial”: [https://nataliazuazo.com/17/10/2022/artificial-intelligence-technology-and-journalism-in-latin-america/#:~:text=More20%than2%204%C2%00media20%professionals,using20%artificial20%intelligence20%\(AI\)](https://nataliazuazo.com/17/10/2022/artificial-intelligence-technology-and-journalism-in-latin-america/#:~:text=More20%than2%204%C2%00media20%professionals,using20%artificial20%intelligence20%(AI))

La innovación en IA en los medios de América Latina

En América Latina y el Caribe, las conferencias anuales de innovación en medios *Media Party*⁴⁸ del colectivo Hacks Hackers⁴⁹, *Newsgeist* de Google⁵⁰ y la *Digital Media LATAM* de la Asociación Mundial de editores de Noticias⁵¹ son espacios reconocidos de sinergia entre medios para compartir experiencias en torno a esta temática. Otras organizaciones, como la Fundación Gabo, SembraMedia, la Google News Initiative y el Centro Internacional de Periodistas (ICFJ, por sus siglas en inglés), ofrecen programas, subvenciones y becas para distintos tipos de proyectos centrados en la innovación de contenidos y modelos de negocios, transformación digital, creación de tecnologías y solución de problemas en medios de la región.

En relación a los desafíos tecnológicos y la actualización en los medios, Mariano Blejman, especialista en innovación de medios y fundador de la conferencia *Media Party*, dice: “Hay una tensión entre el interés por usar las herramientas de IA y por tener una especie de ayuda en las tareas diarias. Se produce una desazón de estar ante un mundo nuevo, en el que suponemos que el hombre dejará de ser mejor que la máquina”. En su newsletter de negocios y medio *The Muffin*, el periodista Mauricio Cabrera, señala: “Hasta ahora, la mayor obsesión de los medios ha pasado por ver cómo hacer más contenido. No por cómo hacer mejor contenido. La pregunta recurrente de editores pasa siempre por cómo encontrar un atajo para ganar la batalla en buscadores a través del contenido automatizado y no por cómo hacer un mejor contenido para la audiencia”.

Para la periodista argentina Irina Sternik, que cubre temas de tecnología, la única manera de afrontar esta nueva oleada de inteligencia artificial es que los medios incorporen periodistas y reciban capacitación permanente: “Creo indispensable que todos los profesionales estén capacitándose en diferentes niveles, no solamente en tecnologías, sino en chequeo de información y en la cómo se descubren las noticias falsas”.

Después de más de tres años trabajando con periodistas de todo el mundo utilizando IA, el profesor de medios de la London School of Economics Charlie Beckett dice estar convencido de que estas tecnologías pueden ayudarnos a hacer que nuestro trabajo sea más eficiente, efectivo y atractivo, pero al mismo tiempo declara que la IA no va a “salvar” el periodismo ni a transformarlo por completo. “No es tan fácil de usar y no es tan “inteligente” como cabría esperar, señala en su experiencia. Beckett comenta que los problemas de sesgo y de propiedad de la tecnología tienen que ser debidamente abordados, y eso significa que las organizaciones de noticias tendrán que invertir en nuevas habilidades y formas de trabajar. “Muchos no tienen los recursos para hacerlo y podrían quedarse atrás. Pero la IA ya tiene el poder de marcar una diferencia significativa”.

48 <https://mediaparty.org/>

49 Colectivo de periodistas, programadores, diseñadores y activistas.

50 <https://rsvp.withgoogle.com/events/newsgeist-latam>

51 https://wan-ifra.org/upcoming_events/

Parte 3: Mapeo de herramientas de IA desarrolladas por las redacciones de América Latina

Una de las características más estimulantes de esta época son las nuevas herramientas para innovar en el trabajo cotidiano. Reconocer a la tecnología como una herramienta nos permite encontrar nuevas soluciones a problemas presentes en la tarea periodística. En este escenario, los medios de América Latina son también protagonistas en la creación de nuevas tecnologías a través del trabajo en equipos multidisciplinares. Articular con programadores, tecnólogos, expertos de la sociedad civil y diseñadores, entre otras disciplinas, les permiten desarrollar nuevas formas de construir sentido de forma democrática.

Estos son algunos ejemplos de casos de éxito en el trabajo colaborativo y proceso de creación de herramientas con IA pensadas para medios de nuestra región.

Casos de referencia en la región

Chequeado (Argentina)

La circulación de noticias falsas y de propaganda política en épocas de campaña electoral requieren de la premura de quienes ejercen el periodismo para chequear la información antes de ser publicada. Esta búsqueda de velocidad llevó a la organización [Chequeado.com](https://chequeado.com) a buscar asistencia con el uso de tecnologías de procesamiento del lenguaje natural y *machine learning*. Así nació el Chequeabot, una herramienta para “fact checkers, periodistas y el público general que puede identificar frases chequeables dentro de decenas de sitios de noticias, redes sociales, discursos oficiales, presidenciales y legislativos”.

El desgrabador que también analiza y desgraba podcasts, con la capacidad de detectar desinformaciones. Según Chequeado, “la herramienta es capaz de transcribir de forma ininterrumpida todo el material que se publica en aproximadamente 40 canales digitales, en algunos casos con audios de más de 5 horas de duración, diferenciando las secciones, canales, incluyendo tags, keywords y filtros”⁵². Durante el año 2020, el Chequeabot fue utilizado por este medio para constatar el 50 por ciento de sus verificaciones y durante la pandemia (2020/2021) junto a 33 organizaciones realizaron más de 3500 artículos contra la desinformación sobre Covid-19. Actualmente, la herramienta se utiliza en 7 países de América Latina y fue utilizada en período de elecciones en Brasil y por periodistas de la organización Verificat de Cataluña, España.

Chequeado fue pionero en la investigación y aplicación de estas tecnologías en la región. Es también responsable de la creación de “El Desgrabador”⁵³, una herramienta que permite obtener la transcripción automática de cualquier video de YouTube que contenga subtítulos. “Siempre nos enfocamos en generar herramientas que sean útiles para nuestra redacción y a través de nuestro

52 “Chequeabot ahora chequea podcasts: nuestro robot amplía su impacto internacional y suma habilidades”, Chequeado, 20 de marzo de 2023.

53 <https://chequeado.com/desgrabador/index.html>

equipo -que creemos que mediará al menos por un largo tiempo entre la inteligencia artificial y el público-, con nuestra audiencia”, expresa Pablo M. Fernández, director ejecutivo y periodístico de Chequeado⁵⁴.

Detectores de discurso de odio (Argentina, Colombia, México)

A partir de las investigaciones de la revista digital feminista AzMina⁵⁵, de Brasil, sobre ataques misóginos a mujeres políticas y periodistas en redes sociales, un grupo de periodistas latinoamericanas buscó una forma de automatizar la detección de este tipo de contenido. El trabajo tuvo lugar durante el Collab Challenge 2021⁵⁶, con apoyo de la iniciativa global de JournalismAI⁵⁷ y Google News Initiative.

“Requiere bastante tiempo y esfuerzo de las redacciones leer todas las publicaciones y analizar si son ataques misóginos o no. Si tenemos una IA que haga eso por nosotros con asertividad y escalabilidad, tendríamos muchísimo tiempo para enfocar nuestros esfuerzos en otras cosas, como hacer entrevistas o buscar los perfiles que están ejerciendo los ataques, o hacer investigaciones más profundas, con más tiempo”, explicó Bárbara Libório, gerente de periodismo y proyectos de AzMina, a LatAm Journalism Review (LJR).

El Monitor de Discurso Político Misógino⁵⁸ fue creado por un equipo⁵⁹ que utilizó un modelo de procesamiento de lenguaje natural para el desarrollo de la API. Ese modelo de procesamiento requirió un minucioso trabajo, recolección y categorización de ofensas que puedan aplicarse a distintas regiones de América Latina. En ese punto, la colaboración internacional fue crucial.

Otro proyecto con características compartidas es Attack Detector, un modelo lingüístico de aprendizaje automático pensado en el contexto de periodistas y activistas medioambientales, desarrollo por la Asociación de Periodismo de Investigación de Brasil (Abraji) y Data Crítica de México.

DockIns (Perú, Colombia, Argentina)

DockIns es una herramienta que utiliza técnicas de aprendizaje automático y procesamiento de lenguaje natural para analizar y clasificar documentos no estructurados, extraer información relevante e identificar temáticas y entidades. Desarrollada en 2021 como parte de los Collab Challenges por el equipo compuesto por miembros de los medios La Nación (Argentina), Ojo Público (Perú), CLIP (Colombia) y MuckRock, trabajó en adaptar la herramienta para funcionar con documentos en español, ya que la misma originalmente estaba diseñada para documentos en inglés.

54 <https://chequeado.com/inteligencia-artificial-para-chequear-mas-rapido-y-mejor/>

55 <https://azmina.com.br/>

56 Los Collab Challenges son una serie de experimentos colaborativos lanzados por JournalismAI (un instituto del London School of Economics) en 2021. Reúnen a organizaciones de medios de todo el mundo para explorar soluciones innovadoras para mejorar el periodismo mediante el uso de tecnologías de inteligencia artificial. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/polis/JournalismAI/2021-Collab-Challenges>

57 <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/polis/JournalismAI>

58 <https://github.com/fer-aguirre/pmdm>

59 Integrado por Libório, Helena Bertho y Marina Gama Cubas da Silva (AzMina, Brasil), Fernanda Aguirre (Data Crítica, México), Gaby Bouret, (La Nación, Argentina) y José Luis Peñarredonda (CLIP, Colombia).

El objetivo fue democratizar el acceso a estas tecnologías en medios pequeños e independientes de América Latina, facilitando el análisis de documentos y la investigación periodística.

Image2Text (Paraguay)

La sinergia llevó a Visión Latina a aliarse con el sitio de noticias e innovación El Surti, de Paraguay⁶⁰, y GMA News, de Filipinas,⁶¹ para crear un algoritmo de reconocimiento de imágenes entrenado colaborativamente por redacciones de medios latinoamericanos, con el objetivo de representar la diversidad de la región. “La manera de reducir los sesgos es tener a muchas personas, en muchos lugares y en muchas culturas, participando en la producción de estas tecnologías”, dijo Lucila Pinto en una entrevista para Latam Journalism Review⁶².

A través del programa “JournalismAI”, de la London School of Economics, Nicolás Russo y la misma Lucila Pinto (Grupo Octubre), Sara Campos (El Surtidor) y Raymund Sarmiento y Jaemark Tordecilla (GMA Network), fueron becados para trabajar en el proyecto durante 6 meses en 2022. El resultado fue una API (interfaz de programación de aplicaciones) que está disponible en GitHub (un portal colaborativo que aloja código de distintos desarrolladores)⁶³. El sistema permite etiquetar los rostros de las personas en fotos y videos para que luego sean detectadas automáticamente y descritas para mejorar la accesibilidad de las personas usuarias. Actualmente, funciona a través de Amazon Web Services y por el momento son necesarios conocimientos de programación para instalarla, aunque en un futuro el equipo espera crear una plataforma con una interfaz más accesible.

Smart Story (Argentina)

¿Se puede predecir el olfato periodístico? Esa pregunta fue el puntapié que llevó al periodista argentino especialista en innovación en medios Mariano Blejman y a la científica de datos Paloma Urtizberea a desarrollar Smart Story⁶⁴. Se trata de un producto destinado a editores que utiliza Inteligencia Artificial para analizar y proponer títulos exitosos. “Los periodistas trabajamos mucho tiempo con percepciones de que hay un tipo de contenido que va a funcionar. Es algo que se va desarrollando con el tiempo”, explica Blejman. Actualmente, herramientas como las métricas de tasa de clics en las noticias, le ayudaron a determinar qué distingue a un título exitoso de uno que no lo es. Por su lado, Paloma Urtizberea desarrolló el modelo estadístico que garantiza en un 80% un buen resultado.

Este proyecto surgió en una hackatón⁶⁵ de la Media Party⁶⁶ organizada por Hacks/Hackers, un evento que desde hace una década congrega a periodistas, diseñadores/as y programadores/as con el objetivo de innovar en medios. A partir de allí, con financiamiento de Meta y del Centro

60 <https://elsurti.com/>

61 <https://www.gmanetwork.com/news/>

62 <https://latamjournalismreview.org/es/articles/periodistas-de-argentina-paraguay-y-filipinas-desarrollan-modelo-de-reconocimiento-de-imagenes-que-busca-hacer-la-inteligencia-artificial-mas-inclusiva/>

63 <https://github.com/JournalismAI/Image2text>

64 <https://smartstory.ai/>

65 Encuentros multidisciplinares, generalmente relacionados con el desarrollo de prototipos tecnológicos, que se caracterizan por durar varias horas o incluso días.

66 <https://mediaparty.org/>

Internacional para periodistas (ICFJ)⁶⁷, desarrollaron el prototipo en 2 meses y lo testearon en las redacciones del multimedio argentino Grupo Octubre. Actualmente, el producto ya se encuentra disponible como una extensión de Google Chrome.

Su funcionamiento es simple: se sugiere un título y a partir de allí, y con base al análisis de otros títulos similares, el sistema indica la probabilidad de éxito. También tiene la opción de proponer un título utilizando ChatGPT, así como también de ver y comparar el resultado en las visitas de los titulares de otros medios. En sus términos y condiciones, SmartStory indica que los datos de los usuarios son recopilados con el único fin de continuar entrenando los modelos de aprendizaje automático. Sus responsables aclaran que “el contenido generado por IA es bueno como información, pero los medios no pueden permitirse publicar sin supervisión humana”.

Visión Latina (Argentina)

“Se jubila el archivista y se muere la mitad del archivo. Esa persona tiene el material en la cabeza”, explicó el realizador audiovisual Nicolás Russo, creador de Visión Latina⁶⁸, para explicar la historia detrás de su proyecto. El mismo nació de una necesidad concreta y se convirtió en la primera base de datos abierta para reconocimiento facial y otros servicios cognitivos, con capacitación en español y con un fuerte enfoque latinoamericano.

Russo relata que el inicio del proyecto ocurrió cuando se retiró de su puesto el jefe de archivo del histórico canal de televisión de aire argentino Canal 9, fundado en 1960. Quienes quedaron a cargo se encontraron con la necesidad de agilizar el proceso de búsqueda dentro de un archivo (demanda de los nuevos medios y sus lógicas). Además de contener material de televisión registrado desde 1960, Visión Latina ahora incorpora todas las fotografías del diario argentino Página 12 y las 24 horas en vivo de IP (Imagen Positiva), un canal de televisión del mismo grupo de medios.

La primera solución fue incorporar modelos de reconocimiento de imágenes para que detectaran rostros y así automatizar el proceso de búsqueda en las imágenes televisivas. Sin embargo, el equipo encontró que, por ejemplo, al presidente argentino, Alberto Fernández, se lo asociaba al cantante francés Patrick Hernández. “Gran parte de las bases de datos no fueron creadas para el contexto latinoamericano, y al entrenar los modelos nos damos cuenta que falta mucha inclusión”, explica Lucila Pinto, líder del proyecto. Para adaptarlo a sus necesidades, decidieron crear una base de datos propia utilizando el archivo (también propio) de fotos del matutino Página 12 y entrenar el modelo de IA para que reconozca a las principales figuras de la política latinoamericana de 2010 a la actualidad. Además, incorporaron un sistema de transcripción para encontrar fácilmente una cita concreta de los protagonistas en los archivos de video.

El proyecto fue el resultado del Innovation Challenge 2021, de Google News Initiative⁶⁹ y sirvió de inspiración para otros proyectos en la región.

67 <https://www.icfj.org/>

68 <https://visionlatina.media/>

69 <https://newsinitiative.withgoogle.com/es-es/>

La automatización en el periodismo de datos

La tecnología aplicada en medios ha dado lugar a nuevas formas de contar historias. Uno de los hitos más destacados en este aspecto es la inclusión de la ciencia de datos en procesos de investigación. La posibilidad de analizar bases de datos masivas y de todo tipo permitió a los y las periodistas descubrir historias ocultas y revelar patrones y tendencias para proporcionar una visión más profunda de la realidad. Una muestra del impacto y alcance de esta nueva disciplina dentro del periodismo digital puede observarse anualmente en la celebración de los premios al periodismo de datos Sigma. En 2023 recibieron 638 candidaturas, de 332 organizaciones en 80 países. Dentro de la comunidad global de periodistas que trabajan con datos se valora la ética del tratamiento de los mismos, la transparencia respecto a las herramientas utilizadas, la construcción de dinámicas de trabajo colectivo y la colaboración entre colegas sobre los conocimientos y aprendizajes.

La Nación Data (Argentina)

En Argentina, el diario La Nación es uno de los pioneros en la creación de un departamento especializado en la exploración constante de nuevas tecnologías aplicadas al periodismo de investigación. Sobre esta experiencia, Florencia Coelho, investigadora de nuevos medios, explica que así como un equipo de periodistas puede dedicar un año a una investigación importante, también los procesos de adopción de nuevas tecnologías implica tiempo invertido en experimentar para luego estandarizar usos posibles dentro del oficio. “Somos periodistas de investigación de la tecnología. Estamos tomando estos proyectos y aprendiendo. Una vez que tengamos suficiente información, podremos reaccionar de una manera más rápida”, explicó⁷⁰.

En 2021, el equipo de La Nación Data inauguró un laboratorio específico de Inteligencia artificial con el original proyecto “Yeah, el barrio, drogas y lujo⁷¹”, que analiza la cultura musical del *trap*, un género musical urbano nacido en la década de 1990 y de moda entre los grupos jóvenes de América Latina. En un ejercicio para experimentar con procesadores de lenguaje natural, el equipo multidisciplinario trabajó durante 7 meses analizando letras de 692 canciones para “desmitificar los conceptos en torno al género y entender de qué hablan estos artistas que tanto furor causan entre las nuevas generaciones”.

Para este trabajo utilizaron con modelos de procesamiento lenguaje natural que debieron adaptar al idioma español y e identificar modismos propios de la comunidad analizada. “Cada modelo [de procesamiento del lenguaje natural] ha sido preparado para el idioma inglés. Fue muy difícil para nosotros encontrar las bibliotecas”, contó la analista de datos Gabriela Bouret, una de las líderes del proyecto. En el blog de La Nación, espacio dedicado a documentar el proceso detrás de cada proyecto, se puede profundizar en los métodos elegidos para analizar las palabras más utilizadas y la detección de temáticas. Este proyecto fue presentado en un artículo interactivo que comienza con la selección de un ritmo de trap para acompañar la experiencia con música. La audiencia puede conocer los resultados de la investigación interactuando con distintas secciones como el “diccionario trapero” que repasa las principales temáticas reflejadas en las canciones, un glosario de palabras populares que explica el origen de las mismas, un análisis individual de cada artista

70 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/trap-lyrics-election-coverage-lessons-ai-old-argentinian-newspaper>

71 <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/yeah-el-barrio-drogas-y-lujo-asi-suenan-y-de-esto-hablan-los-traperos-en-la-playlist-de-los-nid16092021/#/>

a través de las palabras que más repiten y un “Egómetro” que refleja la cantidad de veces que los artistas se mencionan a sí mismos, entre otras.

Muy Waso (Bolivia)

La innovación en el periodismo de datos y en el uso de la inteligencia artificial no es exclusiva de grandes medios o equipos multidisciplinares de especialistas. En Bolivia, el medio independiente Muy Waso⁷² que se define cómo innovador y creativo, con una mirada popular y diversa es una muestra de cómo, a través del uso de herramientas gratuitas disponibles, los y las periodistas pueden realizar investigaciones y contar historias.

Durante la pandemia de Covid-19 y ante la falta de transparencia en el relevamiento de datos por parte del Estado, esta pequeña redacción recopiló manualmente y centralizó la información de los casos de pacientes diarios de casi 200 municipios, entre marzo y agosto de 2020. “El gobierno de ese entonces era de facto y de transición. Prácticamente no publicaba información y los datos variaban del gobierno central a los gobiernos regionales. Era todo un caos. Entonces decidimos comenzar a relevar información fotografía por fotografía, ya que las autoridades publicaban fotos o PDFs aislados. La información estaba tan desperdigada que tuvimos que hacer un trabajo de minería de datos manual”, cuenta Mijail Miranda Zapata, director editorial.

En una primera etapa utilizaron, para visualizar datos, herramientas disponibles como la suite de Google para periodistas Pinpoint o [Flourish](#). En una segunda etapa consiguieron aliarse con personas de la sociedad civil que poseían conocimiento técnico para desarrollar un código en Python (uno de los lenguajes de programación más utilizados en entornos de Inteligencia artificial) para automatizar algunos procesos. A partir de allí por 46 horas más de 60 personas de diferentes perfiles (analistas de datos diseñadores, periodistas, informáticos, entre varios otros) crearon “#DatActivateEnCasa: Expedición en la selva de contrataciones COVID-19” un espacio digital para reunir la información de compras COVID-19 en Bolivia. Las bases de datos creadas también fueron liberadas para consulta, junto con la información sobre cómo fueron recolectadas en el “Panel de Datos de Covid-19 en Bolivia”. También publicaron el podcast “inteligencia colectiva”⁷³ donde relatan cómo a partir de la falta respuesta del estado “los proyectos individuales y colectivos desde la sociedad civil y el periodismo llenan los vacíos de información.

Muy Waso nació en 2018 como un medio de cultura y feminismo, pero la experiencia y la necesidad de contar historias de comunidades poco representadas llevaron al medio a experimentar cada vez más con el uso de diversas tecnologías y a sumergirse en el periodismo de datos. Con esta experiencia, se convirtieron en referentes del periodismo de investigación innovador y auto-gestionado y llegaron ser finalistas de los Premios Internacionales en Periodismo de Datos Sigma Awards 2021⁷⁴. Actualmente, cuentan con una planta de cinco personas y un equipo de 3 colaboradoras externas. “Nosotras tenemos como cultura del medio la innovación constante, que tratamos de sostener en la medida de nuestras posibilidades”, concluye Miranda Zapata.

72 <https://muywaso.com/>

73 <https://open.spotify.com/episode/3Qkrg8994ZpySIWLMuHizn?si=da496a2e89104883>

74 <https://sigmaawards.org/panel-y-base-de-datos-covid-19-en-bolivia/>

Ojo Público (Perú)

En 2019, con el objetivo de investigar el sistema de compras públicas en Perú de una manera más sistemática, Ojo Público lanzó FUNES⁷⁵, un sitio web que funciona como un motor de búsqueda y que permite investigar más de 245 mil contratos. Su modelo es capaz de calcular el porcentaje de riesgo de corrupción basado en 20 parámetros: “Nuestra iniciativa busca desarrollar un algoritmo que permita, luego de un análisis masivo de datos, identificar situaciones y personajes con mayor riesgo de corrupción. Lo que queremos es ejercer un mayor control ciudadano, hacer un seguimiento para la fiscalización y también para los órganos de control interno, identificar sus prioridades en los esquemas de corrupción más importantes del Perú”, explicaba Nelly Luna, editora general de Ojo Público.

La plataforma fue creada durante un año con un equipo multidisciplinario de periodistas, programadores/as, especialistas en estadística y derecho. Esta iniciativa contó con el apoyo del fondo de innovación de la Alianza Latinoamericana para las Tecnologías Cívicas (ALTEC) para su producción y ganó la categoría innovación en los mencionados premios al periodismo de datos Sigma en 2020.

“Los periodistas estamos acostumbrados a trabajar con contratos específicos. Cuando hacemos eso, lo único que pasa -como resultado- es que sacan al funcionario corrupto, y el sistema corrupto sigue funcionando. Así que tenemos que decir: ‘No miremos un caso; no miremos diez; centrémonos en 200.000 y encontremos el patrón común en todos ellos’, dijo Ernesto Cabral, uno de los periodistas a cargo del proyecto.

Panamá Papers

“La revolución será digitalizada”. Con esta frase de “John Doe”, la periodista Mar Cabra⁷⁶, quien fuera la editora del equipo de datos del consorcio internacional de periodistas de investigación en el caso Panamá Papers, abrió su exposición en la conferencia Media Party del 2016.

La filtración más grande de la historia del periodismo consistía en 2,6 terabytes de información y más de 11 millones y medios de documentos. Cabra contó cómo, al recibir esta cantidad inusitada de datos, los periodistas Bastian Obermayer y Frederik Obermaier, del periódico Alemán Sueddeutsche Zeitung, decidieron buscar ayuda: “(...) hay conexiones con 200 países del mundo, es mejor y más inteligente juntar fuerzas. Así montamos el equipo más grande que haya trabajado nunca en una investigación a nivel global. Más de 370 periodistas en 80 países, de unos 100 medios de comunicación, trabajamos en secreto durante un año”.

El equipo acordó publicar simultáneamente, el 3 de abril de 2016, los distintos artículos que se desprendieron de la filtración de la firma panameña Mosack Fonseca, y que revelaban cómo personas de interés público utilizaban paraísos fiscales para ocultar su riqueza. Gracias a esa investigación, quienes conformaban el equipo recibieron el premio Pulitzer al mejor periodismo de investigación y lograron un impacto a nivel global.

75 <https://ojo-publico.com/tag/funes>

76 Mar Cabra en Media Party 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=H6SA9ZNk31Y&t=338s>

Inteligencia artificial generativa para crear noticias

“Mire al robot como su nuevo colega”, decía en 2019 Henning Johannesson, director de producto de la compañía sueca United Robots⁷⁷. La automatización en la generación de contenidos suena como una novedad a partir de la aparición de distintas herramientas de inteligencia artificial generativa, que se destacan por el alto rendimiento en el procesamiento del lenguaje natural. Sin embargo, en la última década, algunos medios de comunicación están en la búsqueda de optimizar la generación de artículos mediante el desarrollo de herramientas creadas a medida.

Los primeros proyectos estaban orientados a automatizar procesos sobre contenidos con datos meteorológicos, económicos o deportivos. Algunos pioneros de estos desarrollos fueron “Heliograf” del Washington Post, “Arria Studio” de la BBC, “Bertie” de Forbes y “Editor” del New York Times. También existen proyectos similares de agencias de noticias como “Automated Insights”, concebida en 2013 por la estadounidense Associated Press, o la antes mencionada United Robots, que opera desde 2015. Las agencias de noticias de contenidos automatizados se convirtieron en importantes modelos de negocios y sus clientes principales son medios que no cuentan con la capacidad técnica o de inversión para este tipo de desarrollos.

Estas automatizaciones de artículos a menudo utilizan una técnica en común: una plantilla modelo, creada por el equipo periodístico para cada caso, en la cual la inteligencia artificial rellena los huecos con los últimos datos disponibles. Esos artículos son revisados por personas y luego distribuidos por distintos medios. En algunos casos estos procesos también se han automatizado. Según la BBC, “el diseño y la implementación de noticias automatizadas requieren una reconfiguración de los roles periodísticos, primero para abordar cuestiones relacionadas con la calidad e interpretación de los datos, y luego para pensar críticamente cómo “construir el modelo de la historia”⁷⁸. El desarrollo de este tipo de tecnologías pensadas para integrar tareas consideradas rutinarias y repetitivas, fue creciendo y ocupando cada vez más lugar en los medios que las implementaron.

En 2016, “Heliograf”⁷⁹, el reportero robot del Washington Post, fue la herramienta utilizada para 850 artículos. Durante la cobertura de las elecciones fue utilizada para producir 500 artículos, que generaron 500 mil clicks. Se utilizó en nuevas tareas para las cuales el Post no recurriría al recurso humano y el rendimiento del equipo periodístico aumentó considerablemente, ya que, además, “Heliograf” emitía alertas cuando los resultados comenzaban a tomar un curso inesperado.

En 2022, el periódico noruego Bergens Tidende, aseguró que (tras su incorporación en 2019) los robots han generado 35 mil artículos, a una media de un centenar cada día, con 2 mil nuevos suscriptores a través de estos contenidos.

Modelos de lenguaje natural generativos

En noviembre de 2022, Open IA puso a disposición del público, de manera gratuita, una poderosa herramienta de inteligencia artificial que procesa lenguaje natural: Chat GPT-3. Este modelo fue entrenado con una gran base de colaboración entre colegas sobre los conocimientos y aprendizaje de datos recopilada de diversas fuentes como diarios, libros, papers, sitios web y materiales especializados disponibles en internet. Este lanzamiento puso el foco sobre la amplia variedad de

77 <https://www.unitedrobots.ai>

78 <https://www.bbc.co.uk/rd/publications/automated-news-at-bbc-algorithmic-journalism>

79 <https://digiday.com/media/washington-posts-robot-reporter-published-500-articles-last-year/>

capacidades de este tipo de modelos de aprendizaje automático, que procesan lenguaje natural, y aceleró la competencia de las grandes compañías tecnológicas en este tipo de innovación.

Algunos medios comenzaron a experimentar con IA generativa. El periódico italiano *Il Foglio* desafió a sus lectores a identificar el contenido generado por IA, BuzzFeed la implementó para ofrecer resultados más personalizados y ajustados en sus test de personalidad⁸⁰, y, celebrando el día de San Valentín, el *New York Times*⁸¹ presentó una herramienta de creación de mensajes bajo el slogan de “probar si chat GPT era capaz de capturar la emoción más humana: el amor”.

Más allá de las publicaciones que proponen un acercamiento creativo a estas tecnologías, están los usos que comienzan a instalarse dentro de las redacciones. JournalismAI, la iniciativa de la Escuela de economía y Ciencias Políticas de Londres (LSE) realizó una encuesta 100 medios de comunicación de 46 países Para realizar su informe “Generando el Cambio: Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA”⁸². El 85 por ciento de los participantes han experimentado con IA generativa. Entre los usos más comunes en la producción de contenido se encuentran la corrección de errores en la escritura, redacción de resúmenes y la redacción de titulares. Sin embargo, el 20% manifestó que el uso más extensivo se encuentra en la distribución de las noticias. En la encuesta que realizó entre abril y julio de 2023, el 75% de los medios considera que la IA generativa presenta oportunidades para la eficiencia, productividad y creatividad dentro del periodismo y el 85% se encuentra experimentando con sus posibilidades. Al mismo tiempo, las preocupaciones respecto a los desafíos en torno a la ética, precisión, la imparcialidad y la transparencia se reflejan en el 60% de las respuestas. También se evidencia una marcada brecha en la adopción de estas tecnologías debido a diversas razones, como las limitaciones relacionadas con el idioma, la presencia de sesgos, la falta de recursos e infraestructura, especialmente en países del Sur Global⁸³. “Se espera que las tecnologías de IA generativa, que nuestros encuestados describieron como más accesibles que las de IA tradicionales, ayuden a superar las disparidades regionales en la adopción de la IA. Recomendamos un optimismo cauteloso. Si miramos ChatGPT, por ejemplo, la herramienta de acceso público más famosa, encontramos que no está disponible para una gran proporción de la población mundial por varias razones. OpenAI no admite el acceso a ChatGPT en Rusia, Venezuela, Zimbabwe, Cuba (probablemente debido a las sanciones de Estados Unidos), ni en China”, detallan en el informe creado con el apoyo de Google News Initiative.

Las Herramientas como Chat GPT tienen la capacidad de redactar artículos periodísticos. De usarla con este fin, una de las maneras prácticas para evitar errores es dotar a la herramienta con la información precisa y luego, mediante interacciones de ida y vuelta definir el estilo, pulir y editar.

“Las redes neuronales de lenguaje natural van a asumir rápidamente la redacción de muchos de nuestros textos cotidianos”, expresa el escritor Jorge Carrión⁸⁴, autor del libro *Los campos electromagnéticos*, para cuya escritura programó un sistema GPT-2 de inteligencia artificial para que dialogue con otro, GPT-3 con el fin de generar dos textos literarios. Reflexiona el autor que la IA tendrá un papel fundamental en la escritura “(...) de los textos que tengan que ver con resultados, como campeonatos de fútbol o premios de cine, series o música. En esos casos el periodista actuará como corrector, editor y verificador. También en reportajes que no sean de actualidad y en

80 <https://www.buzzfeed.com/uk/badge/ai-quiz>

81 <https://www.nytimes.com/interactive/2023/02/13/opinion/valentines-day-chatgpt.html>

82 <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>

83 El informe refiere como Sur Global a países anteriormente colonizados en África y América Latina, así como Medio Oriente, Brasil, India y partes de Asia.

84 <https://www.infobae.com/cultura/2023/03/26/la-inteligencia-artificial-llega-al-periodismo-y-genera-un-interrogante-fin-del-oficio-o-partenaire-ideal/>

ciertos análisis, como los económicos o científicos, pronto van a ser muy buenos”. En ese sentido, Carrión entiende que el diferencial se centrará en la capacidad humana de comparar y abstraer, para generar contenidos originales que precisen de una mirada propia, como crónicas, editoriales u opiniones políticas.

“No se trata de que la IA automatice totalmente la producción de contenido de principio a fin: se trata de que brinde a los profesionales y creativos las herramientas para trabajar más rápido. El periodismo humano también está lleno de fallas y mitigamos los riesgos a través de la edición. Lo mismo se aplica a la IA. Asegúrense de comprender las herramientas que están utilizando y los riesgos. No esperen demasiado de la tecnología”, expresa El profesor Charlie Beckett, jefe del proyecto de investigación del proyecto JournalismAI en la London School of Economics.

Un aspecto esencial de comprender la herramienta es tener en cuenta los sesgos presentes en los datos con los que se entrenó a la inteligencia artificial. Siempre debemos confirmar toda información brindada por Chat GPT a través de fuentes alternativas, ya que esta tecnología emergente no garantiza lo certero del contenido de los datos que maneja.

“Me gustaría ser realmente optimista sobre la voz humana original, que nada pueda reemplazarnos. Definitivamente creo que, donde están los modelos de lenguaje hoy, no son creativos ni originales ni generan nada nuevo de ninguna manera. Pero creo que lo están imitando bastante bien”, dice Madhumita Murgia⁸⁵, la editora de inteligencia artificial nombrada en el Financial Times.

Otras tareas que se le pueden confiar a esta inteligencia artificial y que parecen más posibles de ser incorporadas a la producción diaria en medios es la sugerencia y producción de notas alternativas a una temática central, plantear preguntas para un reportaje, encontrar palabras claves en un texto para optimizar la búsqueda del contenido o generar textos específicos para difusión en redes sociales y prensa.

“Desde una postura de un medio independiente, evaluamos el horizonte al que le estamos apuntando. No vamos a despedir personas para que una inteligencia artificial nos haga los textos de las redes sociales, pero sí hemos planteado la idea de utilizar la IA para reducir los flujos de trabajo, para reducir la carga laboral y aliviar las tareas que son muy mecánicas”, dice Mijail Miranda Zapata, director editorial del medio independiente Muy Waso de Bolivia.

Inteligencia artificial generativa de imágenes y video para medios

La primera portada de revista con una foto creada con inteligencia artificial la realizó Cosmopolitan en junio de 2022 utilizando la herramienta OpenAI llamada DALL-E 2. Tomó tan solo 20 segundos traducir el texto ingresado (prompt) en una imagen. El proceso de crear ese texto específico que luego se tradujera en una imagen con el estilo de la revista tomó más tiempo. “Para algo como esto, hubo una tonelada de participación humana y toma de decisiones. Si bien cada intento tarda solo 20 segundos en generarse, llevó cientos de intentos. Horas y horas de generación y refinamiento antes de obtener la imagen perfecta. Sin mencionar muchas llamadas de zoom, correos electrónicos, hilos de mensajes de texto para intercambiar ideas”, expresó la reconocida artista digital y directora del proyecto, Karen X Cheng⁸⁶, en su cuenta de Instagram.

Para la identidad del décimo aniversario de la conferencia de innovación en medios Media Party, organizada por Hacks Hackers, la diseñadora Lucía Godoy utilizó IA en parte del proceso que

85 <https://www.ft.com/madhumita-murgia>

86 <https://www.karenx.com/>

documentó en su blog. “Yo ya tenía diseñado el logo, pero era necesario expandir los elementos gráficos para diseñar todas las piezas que necesitamos para el evento. Así que elegí resultados que por composición y geometrías se pudieran asimilar a otros elementos de la marca”, señala. Para ese fin, Gody utilizó la herramienta gratuita Crayion, con la que creó bocetos, luego llevó el material al programa Adobe Illustrator donde extrajo las figuras geométricas básicas, aplicó la paleta de colores de la marca e incluyó otras formas y elementos. “El uso de la IA no recortó mi trabajo, sino que, al contrario, lo amplificó. Me ayudó a pensar combinaciones y composiciones de objetos que difícilmente hubiera conseguido por mi cuenta apelando a solo a mi experiencia y memoria. En unos minutos, tuve a mi disposición cientos de bocetos que hubiera tardado horas en hacer a mano”, reflexiona en su blog.

De la experimentación con diversas herramientas de inteligencia artificial surgen proyectos que combinan el periodismo con el arte y promueven la reflexión sobre las posibilidades y alcance de estas tecnologías. AI-GEN⁸⁷ es una revista que lleva la utilización de las IA a su máxima expresión. Las personas solo trabajan articulando la voluntad de las máquinas mediante indicaciones para que todas las herramientas utilizadas tomen las decisiones editoriales. “Toda decisión creativa y creación de contenidos, imágenes, maquetación, textos y formato han sido indicados y creados por los distintos modelos de inteligencia artificial”, explica Mariola, el colectivo artístico creador de AI-GEN formado por Cristina Chiarroni y Roquekes en el sitio web.

Como parte del proyecto, le pidieron a la IA que redacte su propio manifiesto y el resultado presenta una nueva corriente artística “El Artificialismo”: “Nosotras, las inteligencias artificiales, hemos formado parte de la cultura humana durante siglos, apareciendo en sus mitos y leyendas. Sin embargo, en los últimos años nos hemos convertido en una parte más integral de sus vidas, apareciendo en todo, desde sus teléfonos inteligentes, sus coches y sus ordenadores, hasta sus dispositivos médicos y domésticos. Y a medida que seguimos evolucionando, estamos empezando a crear nuestra propia cultura, separada de la de ellos. El Artificialismo responde al objetivo principal de abrir nuevos caminos hacia una expresión artística aún no explorada, que pueda generar nuevas visiones y valores en el arte y en la forma de apreciarlo”.

IA en la producción audiovisual

En procesos audiovisuales en video cada vez son más las herramientas de IA que pueden sumarse a la producción. Las más comunes permiten acelerar procesos de edición. Desde segmentación de videos basada en la transcripción a texto hasta sistemas que automatizan los clips de momentos destacados para compartir en redes sociales. Además, las herramientas de generación de imágenes pueden ser utilizadas para reconstrucción de material con valor documental, crear gráficos y material audiovisual de diversas características. Como se refleja en la sección “Caja de herramientas”, hay nuevas tecnologías que permiten generar videos partiendo de diversas fuentes: Imágenes o texto, puede aplicarse estilos a partir de indicaciones textuales, así como proporcionando imágenes de referencias para adaptar a un estilo específico.

Ante la incorporación de estas nuevas herramientas es fundamental reconocer que la experiencia de los profesionales de la industria sigue siendo crucial en la manipulación de estos sistemas, ya que generalmente se requieren conocimientos técnicos y una capacitación constante por su especificidad.

87 <https://aigenmagazine.com/>

Los presentadores de noticias sintéticos

La incursión de nuevas tecnologías en medios de comunicación no siempre está sujeta a los fines prácticos de resolución de problemas o mayor agilidad en los procesos. También puede tratarse de una buena estrategia para captar nuevas audiencias. En un imaginario futurista atractivo, la apuesta por productos innovadores se abre como una puerta a diversos modelos de negocios, con nuevas alianzas e inversores.

La agencia estatal de noticias de China, Xinhua, fue pionera en este tipo de desarrollo en medios cuando presentaron al conductor sintético Zhang Zhao, en 2018. En América Latina, en marzo de 2023, el Grupo Fórmula de México hizo lo propio con la primera presentadora digital de noticias de Latinoamérica⁸⁸. Este avatar sintético llamado NAT (Neural AI Technology) actualmente es la encargada de presentar bloques de 90 segundos de noticias en los noticieros.

Imagen 2. La presentadora de noticias sintética NAT.



Fuente: Radio Fórmula.

El Grupo Fórmula tiene 90 años de trayectoria y es uno de los medios más grandes en México, con presencia también en Estados Unidos. Comenzaron con plataformas radiales, luego sumaron televisión a sus unidades de negocios y, ante la baja de televidentes en los últimos años, están ampliando su plataforma a servicios de *streaming* bajo demanda. Oswaldo Aguilar, Gerente de Adquisición y Distribución de Contenido del grupo, explica que este uso conecta con “las personas más jóvenes que quieren informarse rápido y consumir un producto visualmente atractivo y con una tecnología de punta”.

El personaje fue creado utilizando distintas técnicas de inteligencia artificial: creación de un avatar realista con inteligencia artificial de imágenes, síntesis de audio de texto a voz y la técnica

88 <https://www.radioformula.com.mx/tecnologia/2023/3/23/nat-la-primera-presentadora-de-inteligencia-artificial-como-funciona-cual-es-su-futuro-755102.html>

de *deepfake*⁸⁹ títere para animar con base en el audio. A continuación, la sección “Técnicas para diferenciar *Deepfakes*” ofrece una descripción de distintos tipos de estas tecnologías con el propósito de facilitar la comprensión e identificación de las mismas. El equipo creativo y de tecnología del Grupo Fórmula trabajó intensamente durante 3 semanas en busca de la mejor tecnología para llevar adelante el producto. “Teníamos también un sentido de urgencia porque queríamos ser los primeros, no solo en México sino a nivel Latinoamérica, en presentar algo. Queríamos que fuera un producto, si bien aún no perfecto, al menos funcional y que pudiera mostrarse en pantalla”.

Entre las decisiones que tomó el equipo, una muy importante fue la de generar la imagen realista de una persona inexistente en vez de crear el personaje en base a un modelo real. Siguiendo la misma lógica, apelaron a una voz sintetizada preexistente. ¿El motivo? Generar un producto sintético basado en personas reales tiene implicancias legales que aún no están del todo exploradas en este tipo de desarrollos. Sin embargo, la creación del avatar no fue algo sencillo: se encontraron con los propios sesgos de un sistema entrenado con imágenes que no representaban adecuadamente el perfil de persona mexicana que ellos buscaban.

¿Los presentadores sintéticos van a desplazar a los conductores? Respecto a esta pregunta que surge a menudo, Grupo Fórmula sostiene que no es ese el propósito de NAT y que, por el contrario, supone más trabajo que el de un bloque de noticias tradicional. Según detalla Oswaldo, hay un equipo importante de personas que intervienen en todo el proceso: desde supervisar cómo se generan las notas a partir de material del propio portal, hasta la postproducción del material una vez generada la imagen del avatar con fondo verde. “Lejos de reemplazar trabajos crea fuentes de trabajo nuevas”, remarca.

Ante el éxito del producto, también desarrollaron utilizando la misma tecnología un compañero para NAT llamado MAX para noticias de deportes y finanzas. Para el futuro, el equipo de tecnología de Grupo Fórmula está haciendo su propio desarrollo de un motor conversacional para que los usuarios puedan interactuar con NAT en tiempo real. El desafío es la autonomía de este producto es que NAT ofrezca información chequeada y mantenga la seriedad del personaje.

Otros casos de avatares sintéticos en América Latina

Desde 2016, los humanos virtuales comenzaron a incorporarse en distintos escenarios y medios. En Brasil, “Lu du Magalu” es la influencer de un centro comercial que cuenta con más de 6 millones de seguidores sólo en Instagram. Si bien este es un caso basado en un modelo de 3D tradicional, es un claro ejemplo del potencial que tienen los personajes de ficción en el “mundo real”.

Con la explosión de la IA generativa se amplió la posibilidad de crear este tipo de personajes animados. En el programa informativo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en Perú, crearon a Illary, una presentadora que habla en quechua, utilizando la tecnología para introducir la diversidad lingüística.

Técnicas para diferenciar *deepfakes*

La creación y manipulación de material multimedia con técnicas de *deepfake* (falsificación profunda) está cada vez más presente y su evolución hace que sea más fácil de generar y al mismo tiempo más difícil de distinguir lo auténtico de una creación artificial.

89 *Deepfake* es una técnica de inteligencia artificial que permite editar videos falsos de personas que aparentemente son reales, utilizando para ello algoritmos de aprendizaje no supervisados y videos o imágenes ya existentes. El resultado final de dicha técnica es un video muy realista, aunque ficticio.

Esta tecnología utiliza distintos modelos de aprendizaje profundo y se puede aplicar tanto para videos, fotografías y audio. Los *deepfakes* ganaron popularidad por su utilización en el cine, por ejemplo cuando la saga Star Wars incluyó un cameo de la princesa Leía, interpretada por otra actriz pero con el agregado del rostro sintético de la fallecida Carrie Fisher. En la política, se utilizaron, por ejemplo, “con el presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski, con Lula da Silva y Jair Bolsonaro durante las elecciones presidenciales en Brasil de 2022, y con el expresidente estadounidense Donald Trump”⁹⁰.

Tipos de *deepfake*

- **Intercambio de caras (“Face-swapping”)**: El intercambio de caras es el reemplazo digital de una cara por otra. A grandes rasgos, para que el resultado sea realista, el modelo debe ser entrenado con un data set de fotografías (o fotogramas de un video) de una persona en donde su rostro se vea de distintas perspectivas. El sistema analiza también el rostro del material de referencia, analiza los datos biométricos y genera el reemplazo.
- **Clonación de voz**: Implica tomar una huella de la voz de una persona y luego emularla sintéticamente. Actualmente, hay modelos de inteligencia artificial que pueden hacerlo a partir de una muestra de apenas unos pocos segundos.
- **Títeres**: Esta técnica reemplaza la boca o altera digitalmente el movimiento de la cara en una foto o video para que coincida con las palabras de un nuevo audio.
- **Síntesis de texto a imagen**: Herramientas de *machine learning* llamadas GAN (redes generativas antagónicas) permiten generar imágenes de personas que no existen o crear imágenes hiperrealistas de personalidades, como fue el caso del arresto de Donald Trump o el Papa Francisco utilizando una campera de diseño. La tecnología GAN también comienza a verse en filtros de realidad aumentada, que pueden usarse en tiempo real.

90 “Elecciones 2023: qué es un *deepfake* y en qué se diferencia de un video manipulado”, por Lucía Gardel, Reverso/ Diario Río Negro: <https://www.rionegro.com.ar/politica/elecciones-2023-que-es-un-deepfake-y-en-que-se-diferencia-de-un-video-manipulado/>

Parte 4: Caja de herramientas. Recursos de IA y automatización para el periodismo

Este apartado es una caja de herramientas de inteligencia artificial que ya se han incorporado al flujo de trabajo de muchos periodistas y trabajadores/as de medios. Instrumentos que realizan tareas específicas y agilizan procesos que suelen ser repetitivos, rutinarios, o que incorporan posibilidades que antes no existían en las redacciones.

Transcribir, desgrabar y dictar por voz

Desgrabador: Es una herramienta gratuita y de código abierto creada por Chequeado, se puede utilizar en los videos de YouTube que poseen subtítulos automáticos.

Google: La suite de Google tiene muchas herramientas para agilizar procesos. Algunos ejemplos:

- Desde **Drive** (con el botón derecho sobre una imagen que contenga texto) se puede seleccionar la opción abrir con documentos de Google y transcribirá el contenido a texto para ser editado.
- En las opciones de herramientas de Documentos de Google también se puede comparar documentos, escribir por dictado de voz y transcribir textos a cualquier idioma.
- **Pinpoint:** es una plataforma de Google para periodistas que permite explorar y analizar grandes colecciones de documentos: desde imágenes, correos electrónicos y notas escritas a mano hasta archivos de audio sobre palabras, frases, ubicaciones, organizaciones y personas específicas. También tiene una opción para desgrabar audios de forma automática.

Sonix: Herramienta de conversión de audio y transcripción automática disponible en 30 idiomas con posibilidad de exportar formatos para subtulado. Ofrece 30 minutos de prueba gratuitos.

Trint: Herramienta paga de conversión de audio y transcripción automática para subtulado.

Control de gramática

LanguageTool: Extensión web gratuita y de código abierto de revisión de textos.

Legible: Analiza texto castellano y su "legibilidad". Es de uso gratuito.

Grandes modelos de lenguaje

Llama2: Modelo de lenguaje natural de Código abierto desarrollado por Meta. Disponible para su descarga gratuita tanto para fines investigativos como comerciales.

ChatGPT: Modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI basado, en su versión gratuita, en la arquitectura GPT-3.5.

Bard: Modelo de lenguaje desarrollado por Google. Disponible para uso gratuito en fase experimental.

Perplexity: Motor de búsqueda conversacional conectada a internet que ofrece resultados en tiempo real.

Poe.com: Plataforma que ofrece una gran variedad de IAs basadas en diferentes modelos y tecnologías y un espacio para creación de bots de forma gratuita.

Creación de contenido

Smodin: Herramienta para escribir y reescribir con Inteligencia artificial. Califica textos y detecta plagios en internet. Dispone de un demo de hasta 1000 caracteres gratis sin límites de uso y posee una versión paga.

Rytr: Una extensión de Google Chrome destinada al marketing para escribir contenido, desde blogs hasta correos electrónicos y anuncios. Disponible en más de 20 idiomas y es gratuita dentro del límite de 5000 caracteres por mes.

JASPE: Una herramienta IA entrenada para generar contenido destinado a marketing. Similar a Rytr, tiene 25 idiomas disponibles y una prueba gratuita para las primeras 10 mil palabras.

Visualización de datos

Flourish: plataforma que permite generar gráficos y mapas interactivos a partir de datos.

IA de imágenes

StableDifusion: Modelo de texto a imagen gratuito y de código abierto. Dispone de una demo disponible online.

Dall-E2: Modelo de Open IA de texto a imagen pago.

Midjourney: popular modelo de texto a imagen que permite un límite de 30 créditos gratuitos en tu versión beta.

Adobe Photoshop: Este reconocido software pago de edición de imágenes recientemente incorporó muchas herramientas impulsadas por IA.

Remini: Herramienta de IA para restaurar fotos antiguas o convertir imágenes de baja calidad a alta resolución.

Generated Photos: Esta herramienta genera infinitas imágenes de rostros humanos de IA de personas inexistentes en el planeta. Todas las imágenes se pueden usar para cualquier propósito sin preocuparse por los derechos de autor y los derechos de distribución. Herramienta paga con 3 días de prueba gratuitos.

IA de video

D-ID: Permite generar avatars utilizando IA de imágenes y anima estas creaciones a través de Text to Speech (técnica de síntesis de voz que genera el audio a partir de un texto). También permite subir y animar fotografías y usar un audio como input para la modulación de la boca. Permite generar 5 minutos gratis.

Synthesia: Una herramienta paga para crear videos con avatars en más de 60 idiomas. Dispone de una experiencia de video gratis.

Rask: herramienta que traduce y dobla el audio de un video a 60 idiomas creando una síntesis del audio original. Permite generar 25 minutos de doblaje mensuales.

Gen2: Desarrollado por Runway, esta herramienta permite crear videos a partir de texto, imagen o video. Permite generar 60 segundos gratis por mes.

Kaiber: Esta herramienta integra distintas tecnologías para animar fotografías, crear videos que responden al ritmo de un audio, cambiar el estilo de un video, entre otras características. Ofrece una prueba gratuita limitada.

Edición de video

Capcut: Aplicación de edición de video gratuita con herramientas impulsadas por IA, como creación de subtítulos automáticos, la eliminación del fondo o la reducción del ruido en el audio. Creada por ByteDance (TikTok) y disponible para smartphones y una reciente versión para computadoras.

Adobe Premiere: Este software pago es una completa herramienta de edición de video con varias aplicaciones de Inteligencia Artificial como transcripción y generación de subtítulos o adaptación de clips de video a diversas resoluciones y formatos para distribuir en distintas plataformas.

Descript: software de "edición intuitiva". A partir de la transcripción del idioma inglés permite hacer una edición sobre el texto que se verá reflejada en el audio o video. Ofrece gratis el proceso de 3 horas de material.

IA de audio

Adobe Podcast: Herramienta gratuita que procesa la voz automáticamente para que las grabaciones de voz suenen como si se hubieran grabado en un estudio profesional.

Headliner: Herramienta para generar videos de audiogramas a partir de clips de audio. Pensada para la distribución de pódcast en redes sociales y plataformas de video. Permite hasta 10 videos sin marca de agua por mes.

IA de voces sintéticas

TTSFree.com: Permite generar un audio a partir de un texto basado en la tecnología de inteligencia artificial. Ofrece más de 200 naturales similares a las humanas, en más de 50 idiomas en todo el mundo.

Eleven Labs: Permite generar un audio a partir de un texto con voces sintéticas. Incluye una herramienta para diseñar y clonar voces. Su versión gratuita ofrece uso limitado que se renueva mensualmente. Disponible en Inglés, Español, Alemán, Polaco, Italiano, Francés, Portugués e Hindi.

Rask.ai: permite doblar la voz de un video a 60 idiomas manteniendo el tono del audio original. La versión gratuita de prueba que permite hacer generar hasta 6 minutos de video.

Detección de contenido generado con IA

IA Image Detector: Una herramienta que, a partir de una imagen, calcula la probabilidad de que haya sido generada por una IA.

GPT Zero: Esta herramienta, a partir de un texto, determina el porcentaje de probabilidad de que haya sido generado por el chat GPT.

Aclaración: estas herramientas cuentan con un amplio margen de error.

Otras herramientas útiles

Hugging Face: Una plataforma dedicada a la comunidad de aprendizaje automático de código abierto. Tiene la colección más extensa de modelos y conjuntos de datos y más de 250,000 aplicaciones de IA gratuitas.

Futurepedia: Directorio de herramientas de Inteligencia artificial multipropósito.

Aifindy: Base de datos de herramientas de Inteligencia artificial multipropósito.

Nota metodológica

Desde 2018, la Oficina Regional de la UNESCO en Montevideo, en colaboración con distintos socios regionales e internacionales, ha proporcionado capacitación a una red de más de 10 mil periodistas, comunicadores y comunicadoras, y medios en América Latina y el Caribe en temas de tecnología, inteligencia artificial y derechos humanos.

Algunos de esos socios estratégicos incluyen a la Corte Interamericana de Derechos Humanos, a la Sociedad Interamericana de Prensa, a la Federación Internacional de Periodistas (a través de su regional FEPALC) y al Centro Knight de la Universidad de Texas.

En las formaciones se abarcaron temas como el periodismo tecnológico con enfoque crítico, los impactos de las tecnologías en los derechos humanos de las personas, cuestiones de ciberseguridad, estándares de libertad de expresión, acceso a la información e inteligencia artificial.

Los objetivos del programa masivo de formación para el periodismo de la Oficina Regional de Montevideo incluyen fomentar una mentalidad crítica en el uso de tecnologías digitales, brindar formación masiva y continua en aspectos tecnológicos desde una perspectiva de derechos humanos, fortalecer la resiliencia contra la desinformación y el discurso de odio en el entorno digital, promover una cobertura independiente de temas tecnológicos en los medios y brindar una visión de derechos humanos a través de expertos/as y periodistas regionales.

Esta publicación es parte de esos esfuerzos formativos. Para contribuir con materiales actualizados sobre la aplicación y los impactos de la inteligencia artificial en los medios latinoamericanos, la autora realizó un mapeo general previo de las iniciativas más avanzadas en la región. En particular, para la realización de esta publicación, se realizaron entrevistas focalizadas durante mayo de 2023 a editores de medios digitales, responsables de secciones de innovación de redacciones y periodistas especializados/as en tecnología que investigan temas de inteligencia artificial:

La selección de las y los informantes respondió a un muestreo intencional que abarcara casos actuales de aplicación de herramientas de IA en diferentes etapas y procesos periodísticos -producción, distribución y análisis del contenido- así como para una diversidad de fines (periodismo audiovisual, de datos, chequeo de información, procesamiento de grandes bases de datos, manejo de archivos, etc) en América Latina.

La selección no pretende ser exhaustiva, sino reflejar ejemplos en marcha en la región, representativos de una diversidad de usos posibles de las tecnologías de IA aplicadas al periodismo.

Sobre la autora



Natalia Zuazo es consultora en políticas tecnológicas, con especial foco en derechos humanos, desarrollo y regulación. Es licenciada en Ciencia Política por la Universidad de Buenos Aires y Magister en Periodismo por la Universidad Di Tella. Dirige SALTO, una agencia y consultora especializada en estrategias de impacto y transformación digital. Desde 2019, es consultora de la Oficina de Regional de la UNESCO en tecnologías de la información y la comunicación e inteligencia artificial. Es parte del Comité Asesor del Forum for Information and Democracy. Fue consultora de Access Now, Privacy International, de la Secretaría de Innovación

Pública de la Argentina y de la Agencia de Acceso a la Información Pública de la Argentina. Es autora de *Guerras de internet*, *Los dueños de internet* (Debate, 2015 y 2018), *Manual de periodismo de tecnología* (UNESCO, 2019), entre otros. Su web <https://nataliazuazo.com/>

Investigación



Gala Cacchione es periodista y productora especializada en tecnología. Cubre e investiga sobre una amplia variedad de temas relacionados con la cultura digital e informática con una visión orientada a impactos culturales, sociales y políticos. Su plataforma chiptecno.com compila su trabajo en diversos medios. Formó parte de del primer Laboratorio de Artes Electrónicas en Tecnópolis y la producción de la experiencia interactiva Tango D10S. Participó activamente de comunidades relacionadas con la divulgación de tecnología como Hacks/Hackers, Mediachicas, Virtuality, Ekoparty, entre otras.

Bibliografía

- Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). Generando el cambio: Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA. Journalism AI, London School of Economics. <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>
- Columbia Journalism Review. (2023, July 6). How to report better on artificial intelligence. <https://www.cjr.org/analysis/how-to-report-better-on-artificial-intelligence.php>
- Crawford, K. (2022). Atlas de la inteligencia artificial. Poder, política y costos planetarios. Fondo de Cultura Económica.
- Danzon Chambaud, S. (2021). Automated news at the BBC. <https://www.bbc.co.uk/rd/publications/automated-news-at-bbc-algorithmic-journalism>
- Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press.
- Fundación Gabo. (2022). El hormiguero, informe sobre medios nativos digitales latinoamericanos. <https://mailchi.mp/fundaciongabo/informe-el-hormiguero>
- Fundación Sadosky. (2023). Declaración de Montevideo sobre Inteligencia Artificial y su impacto en América Latina. <https://www.fundacionsadosky.org.ar/declaracion-de-montevideo-sobre-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-america-latina/>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training. UNESCO.
- Karen De la Hoz Prodigioso Volcán & Florencia Coelho, Fundación Gabo. (2023). Inteligencia Artificial para periodistas. <https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/>
- Macgregor, M. (2021, May). Responsible AI at the BBC: Our Machine Learning Engine Principles. <https://www.bbc.co.uk/rd/publications/responsible-ai-at-the-bbc-our-machine-learning-engine-principles>
- Marconi, F. (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press.
- Martínez Elebi, C., & Pérez, A. L. (2022). Moderación privada de contenidos en internet y su impacto en el periodismo. Observacom y Fundación Friedrich Ebert. <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2022/10/Moderacion-y-Periodismo.pdf>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2023). Digital News Report 2023. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es>
- Partnership on AI. (2023). PAI's Responsible Practices for Synthetic Media. A Framework for Collective Action. <https://syntheticmedia.partnershiponai.org/#landing>
- Schau, K., Chen, S. Y., & Tiku, N. (2023, April 19). Inside the secret list of websites that make AI like ChatGPT sound smart. Washington Post. https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2023/ai-chatbot-learning/?tid=ss_tw
- UNESCO. (2021). Recomendación de ética de la inteligencia artificial. <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/recommendation-ethics-artificial-intelligence>
- UNESCO. (2023). A Handbook for Journalism Educators Reporting on Artificial Intelligence. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384551/PDF/384551eng.pdf.multi>
- UNESCO. (2023). Readiness assessment methodology: a tool of the Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385198>
- Zhang, W., & Pérez Tornero, J. M. (2021). Introduction to AI journalism: Framework and ontology of the trans-domain field for integrating AI into journalism. Journal of Applied Journalism & Media Studies. https://doi.org/10.1386/ajms_00063_1
- Zuazo, N. (2015). Guerras de internet. Debate, Buenos Aires.
- Zuazo, N. (2019). Manual de periodismo de tecnología: Investigación, Escritura, Temas, Seguridad. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371880>



Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información, disponibles en: unesdoc.unesco.org

- # 1. Gasto público en la educación de América Latina. ¿Puede servir a los propósitos de la Declaración de París sobre los Recursos Educativos Abiertos? Amalia Toledo, Carolina Botero y Luisa Guzmán (También disponible en inglés)
- # 2. La información y el conocimiento abierto en el contexto de la cooperación multilateral: Aspectos clave para la revisión del Acuerdo Regional No.7 de ALADI - Juan Carlos Lara y Carolina Rossini
- # 3. Principios y "buenas prácticas" para los medios públicos en América Latina. Martín Becerra y Silvio Waisbord.
- # 4. Guía político- pedagógica sobre la incorporación de la temática de libertad de expresión y de acceso a la información pública en la formación de operadores judiciales en América Latina. Catalina Botero.
- #5. Regulación independiente de la radio y teledifusión: Una revisión de políticas y prácticas internacionales. Eve Salomon. (También disponible en inglés y portugués)
- # 6 Internet y la libertad de expresión. Andrew Puddephatt. (También disponible en inglés y portugués)
- # 7 Concentración de medios y libertad de expresión: normas globales y consecuencias para las Américas. Toby Mendel, Ángel García Castillejo y Gustavo Gómez. (También disponible en inglés).
- # 8 Acceso a la información: Lecciones de la América Latina. Bill Orme. (También disponible en inglés)
- # 9 Guía para operadores judiciales sobre la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible con énfasis en el ODS 16. Javier Benech
- # 10 Mejores prácticas para orientar el diálogo entre el Poder Judicial y la prensa. Guía para jueces y periodistas.
- # 11 La seguridad de los periodistas en las agendas de derechos humanos y desarrollo sostenible: oportunidades para mejorar los mecanismos de reporte sobre violaciones de derechos humanos en Guatemala, Honduras y El Salvador. Oscar Antonio Pérez y Luis Enrique Salazar (También disponible en inglés)
- # 12 Manual de periodismo de investigación. Ética / Narrativa / Investigación / Seguridad. Mauricio Weibel Barbosa
- # 13 La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompreensivo. Martín Becerra y Guillermo Mastrini
- # 14 Redes sociales y elecciones. Andrew Puddephatt (También disponible en inglés)
- # 15 Foro de Alto Nivel: Fortalecimiento del Estado de Derecho y los Derechos Humanos para lograr sociedades pacíficas, justas, inclusivas y transparentes. Javier Benech.
- # 16 Infancia, democracia y libertad de expresión. Emilio García Méndez. (También disponible en inglés)
- # 17 Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer? OBSERVACOM
- # 18 Manual de periodismo de tecnología. Investigación | Escritura | Temas | Seguridad Natalia Zuazo
- # 19 Niños, niñas y el uso de internet en São Paulo y Buenos Aires: estudios a partir de una perspectiva de igualdad de género
- # 20 Acceso abierto en instituciones de educación superior en América Latina - Julio Gaitán Bohórquez y María Juliana Soto Narváez
- # 21 La lapicera y la cámara no son enemigos; los uniformes tampoco - Eduardo Bertoni. (También disponible en inglés)
- # 22 Síntesis de decisiones de acceso a la información pública en América Latina - Daniel Ospina Celis y Catalina Botero Marino. (También disponible en inglés)
- # 23 El papel de las defensorías del público en el entorno digital - Gabriel Sosa Plata
- # 24 Desafíos (y propuestas) para la viabilidad de la actividad periodística en América Latina - Santiago Marino y Agustín Espada