

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 25, año 2024. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-02-7

## Periodismo e inteligencia artificial Aplicaciones y desafíos profesionales (2024)

Sonia Parratt Fernández; Javier Mayoral Sánchez;  
María Ángeles Chaparro Domínguez (editores)

## Separata

## Introducción

Título del Capítulo  
«Introducción»

### Autoría

Sonia Parratt; Javier Mayoral  
María Ángeles Chaparro

### Cómo citar este Capítulo

Parratt, S.; Mayoral, J.; Chaparro, M.Á.  
(2024): «Introducción». En Parrat Fernández,  
S.; Mayoral Sánchez, J.; Chaparro Domínguez,  
M.Á. (eds.), *Periodismo e inteligencia artificial.  
Aplicaciones y desafíos profesionales*. Salamanca:  
Comunicación Social Ediciones y Publicacio-  
nes. ISBN: 978-84-10176-02-7

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/intro.emcs.25.p108>



Sonia Parratt Fernández  
Javier Mayoral Sánchez  
María Ángeles Chaparro Domínguez  
(editores)

## PERIODISMO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Aplicaciones y  
desafíos profesionales



COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

El libro *Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El discurso sobre el papel y el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo tiende a oscilar entre el temor a que los robots sustituyan a los periodistas y la esperanza de que las máquinas puedan ayudar a impulsar el periodismo de calidad.

*Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales* ofrece una visión general, sistemática y profunda sobre las distintas aplicaciones de la IA al periodismo y sobre los principales aspectos en los que se ha introducido esta tecnología emergente en diferentes tareas periodísticas: desde la detección y verificación de noticias hasta la producción y distribución de contenidos textuales, sonoros o audiovisuales, pasando por la relación con las audiencias.

Con un enfoque fundamentalmente descriptivo, aunque también reflexivo, *Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales* invita a ponderar las repercusiones que, de manera inmediata o a medio plazo, tendrá el desarrollo generalizado de la inteligencia artificial en las empresas periodísticas.

Como subraya Alfred Hermida en el «Prólogo» de esta obra, «es urgente que los profesionales y los académicos vayan más allá del aquí y ahora, que dejen de mirar al futuro por el retrovisor y, en su lugar, abracen las incertidumbres, los retos y las oportunidades que se avecinan.»

# Sumario

<b>Prólogo, por Alfred Hermida</b> .....	9
<i>Vivir el ahora</i> .....	10
<i>Pensar lo impensable</i> .....	12
<i>Referencias</i> .....	15
<b>Introducción, por Sonia Parratt Fernández; Javier Mayoral Sánchez; María Ángeles Chaparro Domínguez</b> .....	17
<b>1. Monitorización y detección automática de noticias mediante inteligencia artificial: una propuesta de herramienta para redes sociales y plataformas, por Javier Cantón Correa; Pavel Sidorenko Bautista; Rubén Alba Ruiz</b> .....	21
1. <i>Introducción</i> .....	21
2. <i>IA en redacciones y medios, y la detección de información</i> .....	24
3. <i>Análisis y comparativa de herramientas actuales de monitorización de noticias mediante IA</i> .....	26
3.1. <i>Dataminr</i> .....	27
3.2. <i>NewsWhip</i> .....	28
3.3. <i>Factmata</i> .....	29
3.4. <i>Comparativa entre Dataminr, NewsWhip y Factmata</i> .....	30
4. <i>NewsDetectorAI: una propuesta de herramienta para la monitorización y detección automatizada de noticias mediante IA</i> .....	33
4.1. <i>Diseño y arquitectura de la herramienta</i> .....	33
4.2. <i>Flujo de trabajo</i> .....	36
5. <i>Conclusiones</i> .....	38
6. <i>Referencias</i> .....	41

<b>2. Aplicación de la inteligencia artificial en las plataformas de fact-checking españolas, por Victoria Moreno Gil</b>	<b>45</b>
1. <i>Introducción</i>	45
2. <i>La IA como aliada en la lucha contra la desinformación</i>	47
3. <i>Aplicación de herramientas IA en el trabajo diario de los fact-checkers españoles</i>	49
3.1. <i>Neutral</i>	50
3.2. <i>Maldita.es</i>	56
3.3. <i>EFE Verifica</i>	60
4. <i>Acogida de la IA y percepción sobre su utilidad y proyección futura</i>	62
5. <i>Discusión</i>	65
6. <i>Referencias</i>	67
<b>3. Revolución en la redacción: herramientas de inteligencia artificial para un periodismo de vanguardia, por Pilar Bernat Sánchez</b>	<b>71</b>
1. <i>Introducción</i>	71
2. <i>Herramientas de IA para el proceso creativo</i>	74
3. <i>Algoritmos para el periodismo</i>	76
4. <i>Y todo fue porque un día</i>	78
5. <i>Los sensores, la nube y la conexión</i>	81
6. <i>Herramientas integradas en los gestores de contenidos</i>	88
6.1. <i>Dentro del editor</i>	90
6.2. <i>Ilustración del texto</i>	93
7. <i>Un ejemplo en distintas plataformas</i>	94
8. <i>Referencias</i>	96
<b>4. Herramientas de inteligencia artificial para la creación, edición y traducción de vídeos. Una revisión, por Gloria Gómez-Diago</b>	<b>97</b>
1. <i>Introducción</i>	97
2. <i>Producción audiovisual con inteligencia artificial</i>	99
3. <i>Herramientas para la creación automatizada de vídeos</i>	101
3.1. <i>Herramientas para la generación de vídeos</i>	101
3.1.1. <i>Invideo AI</i>	101
3.1.2. <i>Supercreator. ai</i>	104

3.1.3. <i>Runwayml</i> .....	107
3.1.4. <i>D-ID</i> .....	108
3.1.5. <i>Steve</i> .....	108
3.1.6. <i>Aerflow</i> .....	109
3.1.7. <i>Viroll</i> .....	110
3.2. <i>Herramientas para el doblaje y subtitulado de vídeos</i> .....	111
3.2.1. <i>Wavel</i> .....	112
3.2.2. <i>App.rask</i> .....	112
3.2.3. <i>Dubverse</i> .....	113
4. <i>Conclusiones</i> .....	113
5. <i>Referencias</i> .....	115
<b>5. El impacto de la IA en los contenidos periodísticos sonoros, por María Ángeles Chaparro Domínguez</b> .....	<b>119</b>
1. <i>Introducción: audio e inteligencia artificial</i> .....	119
2. <i>Iniciativas de emisoras y programas de radio</i> .....	123
3. <i>La experimentación en los diarios online</i> .....	127
4. <i>Otros medios de comunicación y formatos periodísticos</i> .....	130
5. <i>Conclusiones</i> .....	133
6. <i>Referencias</i> .....	136
<b>6. Aplicación y principios éticos de la inteligencia artificial en medios audiovisuales: el caso de Sky News, por Marcos Mayo Cubero</b> .....	<b>141</b>
1. <i>Introducción</i> .....	141
2. <i>Estudio de caso: IA en Sky News</i> .....	142
2.1. <i>Reportera y editor de IA</i> .....	145
2.1.1. <i>Información falsa y alucinaciones</i> .....	146
2.1.2. <i>Rigor y ética periodística</i> .....	149
2.2. <i>IA generativa en medios audiovisuales</i> .....	150
3. <i>Análisis de códigos éticos en medios audiovisuales</i> .....	153
3.1. <i>Supervisión humana</i> .....	154
3.2. <i>Transparencia</i> .....	155
3.3. <i>Responsabilidad</i> .....	157
4. <i>Discusión y conclusiones</i> .....	158
5. <i>Referencias</i> .....	162

<b>7. Inteligencia artificial para la relación con las audiencias: el sistema de recomendación Sophi,</b>	
<i>por Sonia Parratt Fernández; Alfred Hermida</i> .....	165
1. <i>Introducción: los sistemas de recomendación</i> .....	165
2. <i>El origen de Sophi</i> .....	167
3. <i>Herramientas de automatización, predicción y optimización</i> .....	168
3.1. <i>Site Automation y Predictive Decisioning Engine</i> .....	168
3.2. <i>Heads Up Display</i> .....	169
3.2.1. <i>Identificación de las necesidades de los periodistas</i> .....	169
3.2.2. <i>Funcionamiento de la interfaz</i> .....	171
3.3. <i>Dynamic Paywall Engine</i> .....	173
3.4. <i>Sophi Social</i> .....	174
4. <i>Resultados de la implementación</i> .....	174
5. <i>Implicaciones del uso de sistemas de recomendación</i> .....	176
6. <i>Referencias</i> .....	182
<b>8. Integración de la inteligencia artificial en las redacciones: la experiencia de los medios de comunicación en España,</b>	
<i>por Javier Mayoral Sánchez; Montse Mera Fernández; Montse Morata Santos</i> .....	187
1. <i>Introducción: inteligencia artificial aplicada al periodismo</i> .....	187
2. <i>Desarrollo de la IA en España</i> .....	190
3. <i>Implantación y aceptación de la IA en las redacciones</i> .	193
3.1. <i>Cuánto y en qué se emplea la IA</i> .....	194
3.2. <i>Cambios profesionales y organizativos</i> .....	196
3.3. <i>Visión positiva o negativa: entre la «oportunidad» y el «miedo»</i> .....	200
4. <i>A modo de conclusión: futuro inmediato de la IA en los medios españoles</i> .....	204
5. <i>Referencias</i> .....	210

## Introducción

La irrupción de ChatGPT en noviembre de 2022 puso de moda la inteligencia artificial (IA) en buena parte del mundo, aunque en el sector periodístico llevaban varios años trabajando con ella. Este libro forma parte del proyecto de investigación titulado *Aplicación de la inteligencia artificial al periodismo: desafíos profesionales e implicaciones en los contenidos, las audiencias y la formación*, financiado por la Universidad Complutense de Madrid (PR3/23-30837). A través de ocho capítulos, pretende ofrecer una visión general, aunque sistemática y profunda, sobre las distintas aplicaciones de la IA al periodismo. Es decir, sobre los principales aspectos en los que se ha introducido esta tecnología emergente en diferentes tareas periodísticas: desde la detección y verificación de noticias hasta la producción y distribución de contenidos textuales, sonoros o audiovisuales, pasando por la relación con las audiencias. El enfoque general del libro es fundamentalmente descriptivo, aunque también reflexivo, pues invita a ponderar las repercusiones que, de manera inmediata o a medio plazo, tendrá el desarrollo generalizado de la IA en las empresas periodísticas.

En el primer capítulo, «Monitorización y detección automática de noticias mediante inteligencia artifi-

cial: una propuesta de herramienta para redes sociales y plataformas», Javier Cantón Correa (Universidad Internacional de La Rioja), Pavel Sidorenko Bautista (Universidad Internacional de La Rioja) y Rubén Alba Ruiz (Unidad de Investigación del Hospital Virgen de las Nieves) proponen un sistema que utiliza técnicas de aprendizaje supervisado para entrenar modelos basados en datos históricos de noticias y su repercusión en redes sociales, lo que permite a los periodistas identificar y priorizar noticias automáticamente.

Victoria Moreno Gil (Universidad Carlos III de Madrid) aborda «La aplicación de la inteligencia artificial en las plataformas de verificación» destacando la importancia de la IA en la lucha contra la desinformación y describiendo las herramientas de esta tecnología que emplean las principales plataformas de verificación que hay en España actualmente. También reflexiona sobre la IA como parte intrínseca del día a día de estas plataformas y sobre su crecimiento, que previsiblemente se verá fortalecido en los próximos años.

En el capítulo «Herramientas de inteligencia artificial para la redacción de noticias», Pilar Bernat (Universidad Nebrija) describe y analiza las múltiples posibilidades que ofrece la IA a los periodistas para elaborar sus piezas. Tanto para encontrar fuentes o documentación como para traducir, titular, estructurar, rehacer, resumir o transcribir textos, además de ayudar a optimizar el posicionamiento en los buscadores. En definitiva, herramientas que permiten simplificar procesos y diversificar formatos, pero que también plantean desafíos éticos, profesionales y sociales.



Gloria Gómez Diago (Universidad Rey Juan Carlos) se ocupa de «Herramientas de inteligencia artificial para la creación, edición y traducción de vídeos. Una revisión crítica». El capítulo examina cinco herramientas de IA que permiten generar vídeos a partir de texto y que también se utilizan para el doblaje y subtítulo de vídeos.

En «El impacto de la inteligencia artificial en los contenidos periodísticos sonoros», María Ángeles Chaparro Domínguez (Universidad Complutense de Madrid) analiza las principales iniciativas, aún escasas pero heterogéneas, de los medios de comunicación españoles para utilizar IA en formato sonoro. Estas iniciativas permiten satisfacer necesidades de la audiencia no cubiertas hasta el momento y también ponen de manifiesto algunos miedos que existen en el sector a causa de la irrupción de esta tecnología.

Marcos Mayo Cubero (Universidad Complutense de Madrid) dedica el capítulo «Aplicación y principios éticos de la inteligencia artificial en medios audiovisuales: el caso de Sky News» a explorar dos aspectos cruciales de la convergencia entre la IA y el periodismo audiovisual: un estudio de caso sobre la integración de esta tecnología en el canal de televisión británico Sky News y algunos desafíos éticos a los que se enfrenta la aplicación de la IA.

Sonia Parratt (Universidad Complutense de Madrid) y Alfred Hermida (Universidad de British Columbia) se ocupan de la «Inteligencia artificial para la relación con las audiencias: el sistema de recomendación Sophi». Describen este sistema que utilizan medios de comunicación de distintas partes del mundo

y reflexionan sobre algunas implicaciones que podría tener el uso de sistemas de recomendación para las empresas periodísticas, la audiencia, los periodistas y las prácticas profesionales.

Finalmente, Javier Mayoral, Montse Mera y Montse Morata (Universidad Complutense de Madrid) abordan la «Integración de la IA en las rutinas profesionales del periodismo: la experiencia en medios de comunicación españoles». Sin dejar de atender a cuestiones estrictamente tecnológicas, se centran en los condicionantes laborales, profesionales e incluso psicológicos de esa compleja implantación de la IA en las empresas periodísticas.

En definitiva, observamos cómo esta tecnología está cada vez más presente en el día a día de los medios de comunicación. ¿Hasta dónde llegará su desarrollo? Es muy difícil saberlo por el veloz crecimiento que ha experimentado en los últimos meses. De lo que no hay duda ya es de que la IA no será un accidente menor para el periodismo. En este momento preciso, más parece un volcán en erupción: imprevisible (incluso a corto plazo), pero con una gran capacidad para cambiar todo el paisaje que hay a su alrededor.

Sonia Parratt  
Javier Mayoral  
María Ángeles Chaparro