

Capítulo 5

Reflexiones finales y
proyecciones futuras



Conclusiones y próximos desafíos

En el apartado de agradecimientos, al inicio de este report, Rodrigo Domingorena explica cómo surge la necesidad de realizar un trabajo de estas dimensiones. Desde la visión de que los casos de éxito en usos editoriales de herramientas de inteligencia artificial en medios de comunicación solo provenían desde Estados Unidos y Europa, excluyendo mayoritariamente de la conversación a actores de habla castellana y portuguesa.

Quizás el principal hallazgo que hemos obtenido, como editores del presente trabajo, es que no hay país de Iberoamérica ni medio consultado que actualmente omita o ignore el valor de la IA en la producción de contenidos. Es cierto que hay una serie de barreras culturales, por eso no todos los países ni los medios consultados cuentan con una redacción en este report, pero eso tiene que ver más con una visión infravalorada de lo que se hace. Por eso, hay medios que dicen “no hacer nada” cuando, en realidad, llevan tiempo formándose, tomando decisiones editoriales de usos, e incluso cuentan con experiencias incipientes bastante reseñables.

Es por ello que en el transcurso del report resuena desde su comienzo la idea en torno al incipiente debate que ha tenido la inteligencia artificial en me-

dios masivos de comunicación iberoamericanos. Algunos de los argumentos de reportes y autores que han abarcado el tema resaltan: el nivel experimental en el que se encuentra, la desigualdad –ya sea por tamaño o región–, la ausencia de legislaciones o de un organismo de control que vigile, la falta de materias asociadas en los planes de estudio de universidades en los grados de Periodismo y carreras afines a la comunicación social e incluso el miedo que existe sobre su uso dentro de las redacciones (Beckett y Yassen, 2023; Barredo et al., 2021; Navarro, 2023).

Sin embargo, el esfuerzo y trabajo en conjunto sigue aumentando; pero este no se visualiza desde solo una dirección, sino que también involucra el interés de las empresas, la academia, los periodistas y los trabajadores de medios, el Estado y los organizaciones internacionales ante sus posibilidades en los ecosistemas comunicativos. Esta articulación entre actores de la sociedad civil, que surge a nivel regional, lleva a escenarios de reflexión más profundos, posibilitando una mirada que aporte a la construcción del espectro en las herramientas de inteligencia artificial generativa en el plano de los medios de comunicación y el ejercicio periodístico.



“Algunos medios de comunicación iberoamericanos tienen una visión infravalorada de lo que hacen con la IA. Dicen “no hacer nada” cuando, en realidad, llevan tiempo formándose, tomando decisiones editoriales de usos, e incluso cuentan con experiencias incipientes bastante reseñables”.



Concebir a los medios de comunicación más allá de un sistema divulgativo y entenderlos en su papel preponderante como actor social, con las capacidades de observar, participar y catalizar en los procesos políticos (Califano, 2015), con repercusión en la memoria colectiva e imaginarios sociales, que ahora son mediadas por las tecnologías de la información y comunicación (Villa, 2014), hace fundamental anticiparse a la incidencia que tendrá la IA en la producción de contenido. Por lo mismo, establecer desde allí parámetros éticos y regulatorios que vayan acorde a la época y lugar presente es uno de los grandes retos hacia donde apunta el desarrollo en la región.

En ese sentido, el report que se presenta contribuye a esos esfuerzos, y pretende evitar que los vaticinios apocalípticos y deterministas en la IA se transformen en acciones decididas. Además, los textos expuestos ofrecen visiones y perspectivas que, desde la interdisciplinariedad y el caleidoscopio de experiencias investigativas y profesionales, le dan vi-



“Este report evita vaticinios apocalípticos y deterministas en la IA. Sus textos ofrecen visiones y perspectivas que, desde la interdisciplinariedad y el caleidoscopio de experiencias investigativas y profesionales, le dan vigor al tema y posibilita escenarios de debate”.



gor al tema y posibilita escenarios de debate. Los espacios fluctuaron entre experiencias, casos de estudio, sectores privados, instituciones educativas, profesionales de los medios y desarrolladores e impulsores de la IA en redacciones. El resultado muestra la grata disposición en la presentación de los contextos particulares, por parte de los diversos investigadores y periodistas iberoamericanos, sumado a la alta asistencia en los eventos y ciclos de webinar, logrando integrar un público extenso al estar mediado por las tecnologías y proyectándose la continuidad de estos eventos.

El valor para la industria periodística iberoamericana

Al momento de desarrollar el presente informe sabíamos que era necesario un proceso de establecimiento de confianzas, pues como decíamos en la región se tiende a desconfiar de aquel que busca información: “si es de una empresa nos quiere vender algo”, “si es de una universidad no entiende las dinámicas propias de una redacción periodística”, “si es de un medio no es capaz de realizar una producción con un corpus teórico y metodológico suficientemente válido”. Estas frases, clichés propios desde las distintas áreas hacia otras, hubo que dejarlas atrás para integrar a la mayor diversidad de actores posibles.

También a lo largo de este camino nos encontramos con una serie de expertos –tanto de la industria periodística como de la academia– de habla castellana y de habla portuguesa a quienes invitamos

a participar porque desde un principio buscamos la mirada más amplia posible. Es solo a través de ello que puede ser posible entender realmente qué está pasando en la región, con un tratamiento similar –a nivel de extensión– por país estudiado e incluyendo también distintas capturas de pantalla de contenidos generados y/o asistidos mediante IA ya publicados en medios iberoamericanos.

Si bien ya hay trabajos muy interesantes sobre el uso regional de la inteligencia artificial en el periodismo con un mapeo de herramientas, casos de referencia, experiencias de automatización y de generación de

noticias (Zuazo, 2023); lo que se ha buscado en el presente trabajo es una mirada convocante y realista a través de las cuales se reconozcan las perspectivas actuales, evitando discursos excesivamente futuristas o excesivamente conservadores sobre el desarrollo de tecnologías que en el presente ya se están aplicando.

Entendimos que para eso debían ser distintos actores locales quienes debían liderar estas conversaciones, porque quiénes mejor que ellos para entender no solo los usos tecnológicos sino también los desafíos asociados a la producción de este tipo de contenidos. También hay una búsqueda de un lenguaje común – comprensible tanto para académicos e investigadores como para directivos, periodistas u otros actores relacionados con los medios de comunicación– en la cual sea posible entender qué y por qué se está haciendo –o qué y por qué no se está haciendo– en países de la región.

Así, creemos que el valor para la industria periodística del presente informe no solo está en la diversidad de las conversaciones –con más de una treintena de autores iberoamericanos– sino también en la diversidad de la representación regional –con más de 100 medios de comunicación iberoamericanos mencionados– con lo cual se va más allá de los casos de éxito, sino que también se abordan los desafíos editoriales, las discusiones éticas, las expectativas de uso, las inversiones asociadas y los próximos pasos proyectados en el empleo de una serie de tecnologías que –como muestran los resultados de la encuesta desarrollada– marcarán nuestro futuro reciente.

La promesa: un ecosistema iberoamericano de reflexión en torno a la IA en los medios de comunicación

Una de las visiones o posibilidades que plantea el report es la acción decidida de formar un ecosistema/red de reflexión en torno a la IA generativa, para producir reflexiones en conjunto. Si bien la discusión integracionista en la región recae desde textos, de por lo menos 1790, y gradualmente, se visualizaba como un método para la unidad política y desarrollo económico, ciertos aspectos en cuanto a cuadros institucionales normativos, nacionalismos o intereses heterogéneos en cada país, exponían la necesidad de buscar nuevas maneras emergentes de integracionismo en la región (Rosell, 2022). Con ello, aquí se plantea la propuesta y oportunidad que la IA y las comunicaciones sean la excusa para que estas conversaciones se den en la necesidad de un liderazgo regional a modo de ejercicio de gobernanza.

Varios son los elementos que resultarían provechosos de la creación de un ecosistema de reflexión iberoamericana. Entre esos aspectos se destacan: primero, no ser una región que tenga complejos de conflictos interestatales; segundo, se maneja un idioma en común o afín (portugués); y tercero, los países presentan problemáticas y desafíos similares (desigualdad económica, desconfianza en las instituciones, populismo, polarización y capacidad de acción limitada).



El valor para la industria periodística del presente informe no solo está en la diversidad de las conversaciones (con más de 30 autores iberoamericanos participantes), sino también en la variedad de la representación regional (con más de 100 medios de comunicación destacados con casos específicos en el uso de IA).



Además, en aporte al último punto, los modos de funcionamiento de los medios de comunicación entre los países iberoamericanos son similares a nivel interno: las lógicas comerciales que protagonizan en las industrias culturales y sistemas mediáticos particulares, el uso de canales estatales para discursos gubernamentales y la concentración de la propiedad mediática y liderada por pequeños grupos (Becerra, 2014). Por tales motivos, ejercicios de integración como el propuesto, plantearían:

1. Diálogos horizontales con regiones del mundo que están a la vanguardia del tema: buscar alianzas, asesorías o consultorías en aquellos países, como, Estados Unidos, de la UE o asiáticos, donde las conversaciones de la IA generativa en medios de comunicación mantienen una curva de crecimiento constante, sumaría a los esfuerzos de traer los temarios a la región.
2. Evitar terminar obedeciendo lineamientos y no ser proactivos frente a disposiciones de la IA: teniendo en mente el párrafo anterior, si bien ya existen en otras regiones, guías o procesos establecidos sobre el manejo de la IA en medios de comunicación, hay que disponer una postura propositiva frente a los desafíos que la IA produce en la región, más que limitarse a seguir los que ya existen, (que no imposibilita que se recojan en un futuro), ya que los contextos, idiosincrasias y particularidades de los países iberoamericanos deben tomarse en cuenta.
3. Dar respuestas asertivas y estructurales frente a la emergencia de populismos, discursos de odios, desinformación, noticias falsas y xenofobia: no hay que olvidar la función social del rol que cumplen los medios comunicación, que en un comienzo se enunciaba.

La IA ya se presenta como una herramienta que, según su uso, puede difundir o frenar la desinformación, puede mediante el aprendizaje automático replicar discursos de odio, o detenerlos, y así sucesivamente. Como región, es importante tener una postura clara y concisa de los usos, otorgándole estatutos regulatorios que a su tiempo cada país y región discutirá.

¿En quién recae el futuro?

Ahora, se aproxima una interrogante, que, aunque corta, es muy grande, y es ¿por dónde iniciar? A lo largo y ancho del report, se han reconocido desafíos que como región hay que asumir, y liderar principalmente. En consecuencia, hay factores que son necesarios englobar:

1. Contar con espacios de financiación
2. Contar con espacios de pedagogía a las ciudadanías
3. Luchar con la sensación de fracaso al tocar temas que resultan exóticos en la región

En primer lugar, se comprende que, para crear algún tipo de red o motivación en las esferas investigativas, deben de existir unos mínimos garantizados, y en ellos se encuentra una parte financiera.

Desde un punto de vista de financiación estatal, es de observar en qué grado se apuesta a las nuevas tecnologías y que tanto cada ministerio de ciencia y tecnología estaría dispuesto a otorgar desde los presupuestos generales de las naciones. Se conoce por medio del estudio de la EAE Business School (2022) que, en el 2021, el aumento de un 7,7 % que tuvo en la inversión de Tecnología de la Información (TI) en Latinoamérica. Ya de forma desagregada los países que puntearon fueron: Argentina (10,4%), México (10%) y Perú (9%) que estuvieron sobre la media. Y sumado a ello, el sector privado es crucial para avanzar el tema. El Primer Índice Latinoamericano en IA (ILIA) lanzado por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y el Centro Nacional de Inteligencia Artificial de Chile (Cenia), a mediados del 2023, explicó que la inversión privada de inteligencia artificial en la región fue de US\$8.200 millones.

El sector público-privado debe enlazar esfuerzos y percibirse como aliadas en el camino de la inteligencia artificial para su desarrollo en la región. Además, la IA en los medios de comunicación ha dejado permear la importancia de su conocimiento no solo desde una arista del emisor, sino también del receptor que se convierte en prosumidor.



“La inteligencia artificial en los medios de comunicación ha dejado permear la importancia de su conocimiento no solo desde una arista del emisor, sino también del receptor que se convierte en prosumidor”.



Aquí juega un rol fundamental los procesos de la alfabetización mediática, que tendrá que vincular la IA dentro de los conocimientos primarios, que la ciudadanía tendría que conocer no solo de manera técnica, sino ética y crítica (de Vega et al., 2022). Es un asunto que resulta nuevo tanto para los periodistas como para la ciudadanía, y en el que todavía hay un largo camino por recorrer, pero también con acciones que respondan a la velocidad de estos cambios y al vertiginoso panorama de aplicaciones y posibilidades de creación.

Clave que esto implique no solo procesos de reconocimiento y capacitación, sino también de incidencia y transformación. Este llamado se hace a

las Facultades de Comunicación y a las Escuelas de Periodismo para repensar sus currículos, a los medios de comunicación –independiente de su formato y tamaño– para entender los retos y responsabilidades del cambio, y al sector público-privado para incorporar esos saberes sin generar un cuello de botella en aquellos que se capacitan en estos temas y después no encuentran salidas laborales que les permitan aplicar.

Los desafíos parecen rebosar las capacidades de acción, pero aquí los investigadores y periodistas del report mantienen la esperanza de tener un programa de investigación-reflexión-creación a largo plazo, y en el que se aporten caminos que nos permitan coexistir en la diferencia.

Referencias

- Barredo, D., de la Garza Montemayor, D. J., Torres-Toukourmidis, A., & López-López, P. C. (2021). Inteligencia artificial, comunicación y democracia en América Latina: Una revisión de los casos de Colombia, Ecuador y México. *Profesional de la Información*, 30(6), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.16>
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, 249, 61-74.
- Beckett, C. y Yaseen, M. (2023). *Generating Change: A global survey of what news organisations are doing with AI*. London School of Economics and Political Science, Google News Initiative & Polis Journalism at LSE.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Cepal, & Cenia. (2023). *Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA)*. https://indicelatam.cl/wp-content/uploads/2023/09/ILIA-ESP_compressed.pdf
- De Vega-Martín, A.L., Pinedo-González, R. & Gutiérrez-Martín, A. (2022). Alfabetización mediática e informacional en las Escuelas de Imagen y Sonido. Percepciones de profesorado y alumnado. EDMETIC, *Revista de Educación Mediática y TIC*, 11(2), art.10. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v11i2.14978>
- Gallego, C. (2022). *Informe: Internet de las cosas: La tecnología como aliada de la sostenibilidad*. EAE Business School. <https://marketing.eae.es/prensa/EAEIoT2022.pdf>
- Navarro Zamora, L. (2023). Inteligencia Artificial en el Ciberperiodismo de América Latina: Estudio exploratorio de las prácticas de los cibermedios y del ciberperiodista. *Question/Cuestión*, 3(75), e806. <https://doi.org/10.24215/16696581e806>
- Rosell, M. (2022). La paradoja de la integración latinoamericana. *Advocatus*, (042), 23-47. <https://doi.org/10.26439/advocatus2022.n042.5741>
- Valle, C. (2014). La influencia de los medios de comunicación en los imaginarios sociales: Un fenómeno de la praxis política actual. *InterNaciones*, (3), 51-65. <https://doi.org/10.32870/in.v0i3.7046>
- Zuazo, N. (2023). *Periodismo e inteligencia artificial en América Latina*. (Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información: 25). UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>