

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Inteligencia humana, estupidez artificial: adiós al periodismo tal y como lo conocemos

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 06/02/2024

La IA ocupa un lugar cada vez más relevante en nuestra vida, desde la publicidad a los mercados financieros, del sector médico al de la automoción, desde el entretenimiento a la contratación de personal, de las redes sociales al internet de las cosas, aunque a menudo no seamos conscientes de ello. Su uso en el periodismo plantea retos para los que no estamos preparados: ¿Cómo aprende y actúa una IA? ¿A qué ética responde la decisión de una máquina? ¿En qué consiste exactamente tomar decisiones? ¿Podemos considerar a las máquinas responsables de sus actos y de las consecuencias que conllevan? He creado una matriz que examina los atributos de la inteligencia y de la estupidez humana y artificial, para tratar de arrojar luz sobre cómo la IA está transformando periodismo de forma más disruptiva de lo que podamos imaginar.



Entradas recientes

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(3\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

[Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines \(1\)](#)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(2\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

Estupidez humana	Clickbait Sensacionalismo Morbo Inexactitud Propaganda Banalidad Mentiras Interés comercial Intoxicación Tendenciosidad Bulos Desconfianza	Inteligencia humana	Creatividad Responsabilidad Ética Investigación Talento Vulnerabilidad Humor Veracidad Fuentes propias Enfoques propios Emoción Originalidad Interés humano Empatía Credibilidad Escucha activa Innovación Transparencia Conexión con usuarios Verificación Fact-checking
Estupidez artificial	Cámaras eco Burbujas ideológicas Desinformación Fraude Deepfakes Simulacros Spam Falta de empatía Opacidad Clonación Ataques masivos Violación de la privacidad Pérdida de empleos	Inteligencia artificial	Procesar gran volumen de datos Ahorrar tiempo Predicción Explicabilidad Generar modelos Rastrear fuentes Personalización Recomendaciones Conocer gustos Generar contenidos Producir audio, Reconocer patrones Trazabilidad video y texto Minería de datos Reducir errores Traducir Reconocimiento facial Procesamiento Lenguaje Natural Aprendizaje profundo Redes neuronales

Atributos del periodismo ante la implantación de la IA (@jagaraviles)

En enero de 2023 [resumí en un tuit](#) tres leyes básicas de la Inteligencia Artificial:

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el Local

Jose A. García Avilés 
@jagaraviles · [Seguir](#)

3 leyes de la Inteligencia Artificial:
-Todo lo que pueda ser automatizado será automatizado
-La IA está aprendiendo las 24 horas. Tú no
-Siempre que una IA pueda hacer tu trabajo, lo hará; y más rápido y eficaz
Corolario: Si no te adaptas para trabajar con IA, serás prescindible

5:48 p. m. · 11 ene. 2023 

 21  [Responder](#)  [Copia enlace](#)

[Leer más en X](#)

La sistematización de la IA en nuestra sociedad plantea una disrupción todavía mayor que la que supuso la implantación de Internet hace tres décadas. Se dice que la digitalización ha cambiado las reglas del juego. Pues bien, la IA hace que el tablero, los tiempos y las capacidades para competir salten por los aires. Se trata de una disrupción que afecta a todas las áreas de la actividad humana y que, en el periodismo, se traduce en la necesidad de replantear los procesos y actividades en las que intervienen las máquinas, con objeto de examinar su potencial y los retos éticos y profesionales que se plantean.

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

En nuestro entorno la IA ya es omnipresente, tanto en nuestra vida cotidiana como en los medios de comunicación. Y el periodismo en 2024 ha de adaptarse a los tiempos, cada vez más complejos y llenos de incertidumbre. Esta sencilla matriz trata de explicar de forma gráfica los retos que afronta la profesión periodística, examinando los atributos de la inteligencia y de la estupidez humana y artificial, con objeto de considerar sus consecuencias en la práctica actual y futura.

En el cuadrante de la estupidez humana en la producción periodística destaca la presencia de los sesgos, la banalidad, el partidismo y la tendenciosidad. Recibir la información sin 'clickbait' ni elementos de sensacionalismo, manipulación o polarización supondría un gran avance, pero por desgracia es poco probable en muchos medios. Para el periodismo este escenario implica reducir el número de usuarios que acuden a sus plataformas, limitar el espacio donde aparecen anuncios y tener menos control de la información sobre sus usuarios.

En el segundo cuadrante de la "estupidez artificial" aparecen diversas acciones que, mediante el uso de herramientas de IA, perjudican la calidad del periodismo, tales como el spam, las cámaras eco, las burbujas ideológicas, la vulneración de la privacidad o los sesgos del algoritmo. En este ámbito, destaca el incremento del volumen y el alcance de las distintas manifestaciones de desinformación (bulos, imágenes falsas, deepfakes, etc.) generadas mediante IA, que suponen una seria amenaza para la salud democrática de la sociedad.

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

En el cuadrante de la inteligencia artificial, sobresalen numerosas ventajas del uso de la IA para procesar grandes volúmenes de datos, agilizar procesos, reconocer patrones, incrementar la trazabilidad y generar modelos predictivos. Por otro lado, la tecnología permite personalizar los contenidos y adaptarlos a las preferencias de los usuarios, y ahorrar tiempo en numerosas tareas mecánicas. La IA es básicamente una imitación de la inteligencia humana. Lo deseable es utilizar la IA específica para que nos ayude en aquellas tareas en las que no somos tan buenos. Por ejemplo, es muy útil para procesar miles de datos o para simplificar las labores más engorrosas, como las transcripciones o traducciones.

En el cuadrante de la inteligencia humana existen mayores oportunidades para que el periodismo se diferencie del producido en un entorno generado por la IA y adquiera mayor calidad. Se apuesta por un periodismo basado en la investigación, las fuentes propias, el talento y la credibilidad. Se potencian cualidades esencialmente humanas, como la emoción, la creatividad, la ética y la responsabilidad. Este periodismo incrementará la conexión con los usuarios y los procesos de verificación en las interacciones entre los profesionales, los contextos de trabajo y las audiencias. Por tanto, **los editores, periodistas y medios deberían invertir en potenciar los atributos presentes en el cuadrante de la inteligencia humana** porque los que figuran en los demás cuadrantes ya se incrementarán de forma exponencial gracias a la IA y a la estupidez humana.

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España



Imagen generada mediante herramientas de IA.

Ya estamos comprobando, por ejemplo, que el resultado de la generación de imágenes mediante IA en un principio resulta novedoso y fascinante, pero pronto se vuelve tediosamente homogéneo. Recuerda que “todo lo que pueda ser automatizado será automatizado”. Las imágenes generadas por IA se empiezan a parecer cada vez más entre sí y resultan planas, aburridas. Lo mismo sucede con las voces generadas mediante IA o cuando las IAs generativas empiezan a aprender de los contenidos generados por otras IAs: los resultados son cada vez más similares y también propensos a incluir mayor número de errores y sesgos. En un

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

entorno dominado por la IA, el periodismo ha de diferenciarse incidiendo en aquellos elementos que potencian su valor y le distinguen de la IA y la estupidez.

Cada vez es más difícil distinguir entre las acciones humanas y las que emprenden las máquinas (textos, vídeos y todo tipo de *piezas* en las redes sociales). Necesitaremos formas prácticas de diferenciar entre los humanos y los *bots*, no solo porque haya que evitar el trabajo fraudulento, sino también porque es un desafío mantenernos creativos y el valor diferenciador del periodismo de calidad. Pero insisto, en ese futuro cada vez más deshumanizado, aséptico y plano, lo verdaderamente atractivo y valioso será fruto del talento humano.

En el Informe [Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal \(2025-2030\)](#) elaborado por IBERIFIER en enero de 2024 constatamos que la IA ya tiene un efecto transformador en todas las facetas de la actividad periodística: captación, producción, edición, distribución y consumo. De hecho, la principal conclusión de este informe es que el impacto de la IA va replantear el periodismo y la actividad de los medios a corto plazo. El consumidor de contenido en cualquier formato cambiará la forma de buscarlo, el modo de acceso y el resultado que obtiene. Plataformas como Chat GPT-3, Bard y los bots conversacionales de Open AI y Google, entregan una versión elaborada de lo que buscamos que aglutine la información de miles de fuentes, en vez del resultado de los diversos enlaces como el que obtenemos en la actualidad. La IA será capaz de crear el contenido que conforma en alto

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

porcentaje el día a día de las redacciones de los medios a nivel mundial. Si se trata de generar piezas sobre la actualidad, hacer listados con sugerencias, o contar historias a partir de datos, la IA puede hacerlo y probablemente, de forma más eficaz que los humanos.

Sin embargo, la IA es un artefacto altamente sofisticado y hemos de pensar cómo utilizarlo, regularlo y valorar sus implicaciones éticas. **No podemos dejar la implantación de la IA exclusivamente en manos de los ingenieros, informáticos y tecnólogos.** La filosofía y las humanidades, la ciencia y la comunicación deben ir de la mano al considerar las consecuencias de la IA ya que la ética y el ser humano son más complejos de lo que pensamos. [Como ya planteamos en esta revista, no cabe un periodismo innovador mediante el uso de la IA que no sea ético.](#) Hemos de tener en cuenta [la ética de los fines \(¿para qué lo hago?\)](#), [de los procedimientos \(¿cómo lo hago?\)](#) y [de los valores \(¿por qué lo hago?\)](#).

El filósofo [Mark Coeckelbergh](#) esboza un mapa general del impacto de la IA integrada de forma invisible en nuestra vida cotidiana. Plantea la necesidad de discutir los problemas éticos y sociales que la generalización de la IA está planteando y planteará en el futuro; y analiza su impacto en las personas y las transformaciones sociales. Coeckelbergh, profesor de Filosofía de Medios y Tecnología en la Universidad de Viena, forma parte del grupo de expertos en IA de la Comisión Europea. Es presidente de la Society for Philosophy and

Technology. Ha publicado una decena de libros y numerosos artículos sobre ética y tecnología, incluida la robótica y la tecnología en medicina y salud.



Mark Coeckelbergh, autor de *Ética de la Inteligencia Artificial*.

En su [Ética de la Inteligencia Artificial](#), Mark Coeckelbergh profundiza en el desarrollo de la superinteligencia, el mito de Prometeo y el de Frankenstein así como en la visión transhumanista llevada a sus últimas consecuencias. Al reflexionar sobre la IA, según Coeckelbergh, **no debemos “humanizar” la tecnología**: “Te imaginas que es un ente que

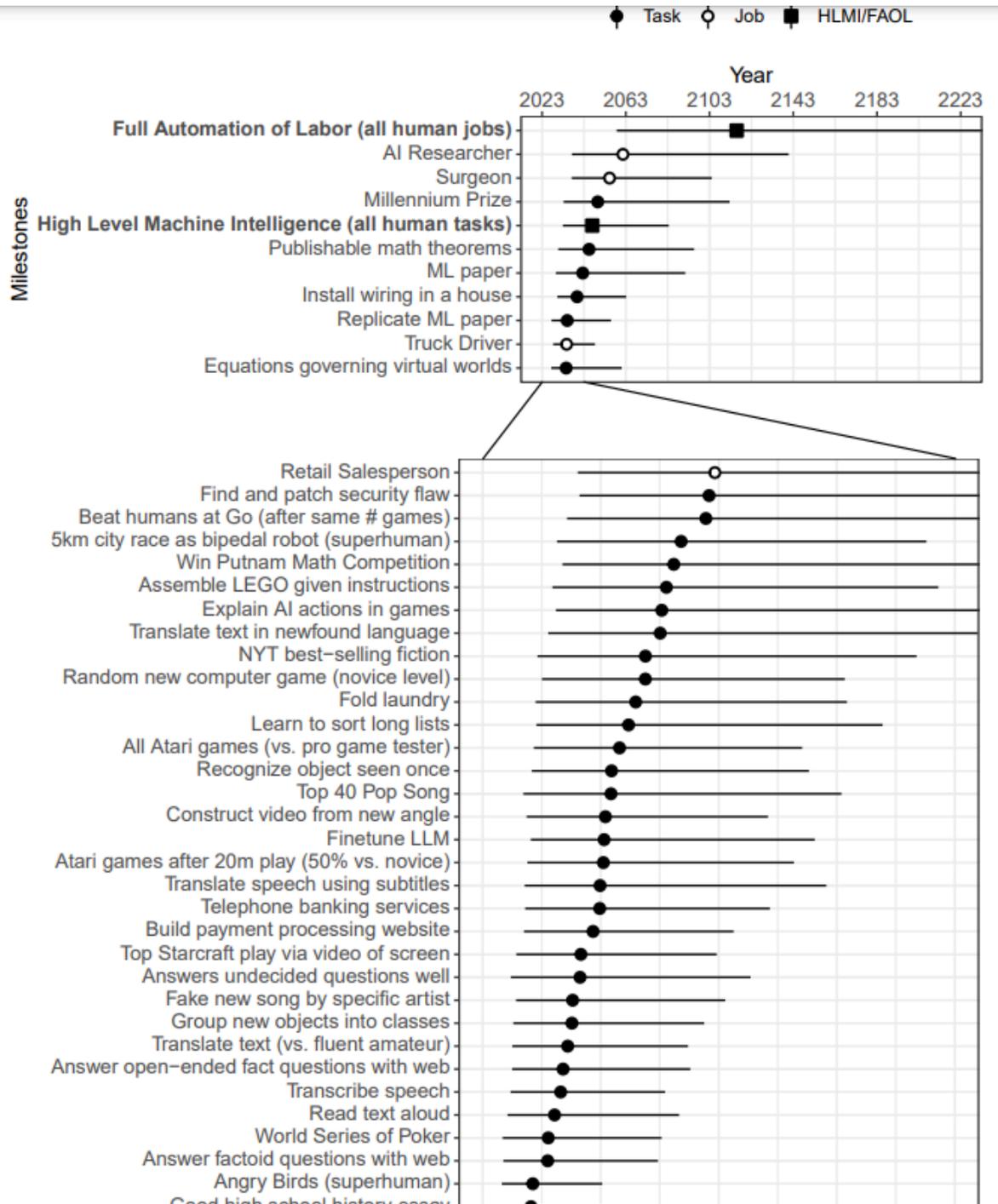
tiene motivos, pero en el fondo, la IA es un algoritmo. Debemos tener esto en cuenta, tanto en el aspecto bueno como en el malo: la IA no tiene valores ni metas por sí misma: alguien le ha puesto los valores y el aspecto que ofrece”. Coeckelbergh aborda las implicaciones éticas de las máquinas y la posibilidad de que los algoritmos sean agentes o pacientes morales.

Croceknberg sostiene que es prioritario analizar las consideraciones éticas del impacto de la tecnología. Sin embargo, la teoría no siempre es un buen punto de partida: debemos examinar los dilemas éticos, las experiencias y la imaginación moral que plantea el uso de la IA. Si la ética fuera simplemente un asunto de aplicar la teoría y el razonamiento, podríamos delegar esta tarea en una máquina, pero no hay un único tipo de IA ni de modelo de aprendizaje automático: cada uno plantea problemas concretos.

Un gran problema es que **el desarrollo de la IA está en manos de unas pocas grandes empresas, lo que resulta poco democrático**. “Lidiamos con la tecnología sin pensar, la usamos acríticamente, pero ella nos da forma y nos usa como instrumentos para el poder, el control y la explotación de nuestros datos. Y mientras unos pocos tienen beneficios, al resto nos ordeñan por los datos. Esto afecta a las democracias, ya que, al no ser muy resilientes, las tendencias políticas aún se polarizan más con la tecnología. Esta combinación de democracias débiles, capitalismo e inteligencia artificial es peligrosa”, afirma.

Los retos éticos plantean cómo podemos garantizar la responsabilidad humana respecto a las herramientas de IA y asegurar que los datos que usan no son privados. “La IA ha dado un gran paso gracias a los grandes modelos lingüísticos, logrando grandes mejoras en la producción de textos. Eso significa que tenemos que ser más conscientes de qué información disponible en Internet ha sido producida por estas herramientas y de sus posibles manipulaciones. En el pasado ya teníamos desinformación y polarización, pero estos problemas ahora se agravan. ¿Y quién es el responsable? ¿La empresa que ha desarrollado la IA, el periodista o el usuario?”, advierte el filósofo.

La IA generativa agudiza serios problemas como la desinformación, el sesgo de los datos que utiliza o la violación de los derechos de autor. También surgen algunas consecuencias indeseadas. [Una encuesta a 2.778 investigadores en IA](#) publicada en 2023 plantea las consecuencias de los avances de la IA y los posibles horizontes temporales. Los expertos predicen la automatización de numerosas tareas y trabajos en el futuro a corto y medio plazo. Lo que más preocupa es cómo la IA va a afectar a la vida diaria y al trabajo de la gente. Que significará para el periodista, el académico o el taxista que esté regulado, controlado o vigilado por IA. Un debate central es cómo afectará a los seres humanos la progresiva automatización de muchas actividades y tareas. Recordemos la primera ley enunciada: todo lo que se pueda automatizar, será automatizado. Esto plantea consecuencias éticas ineludibles.



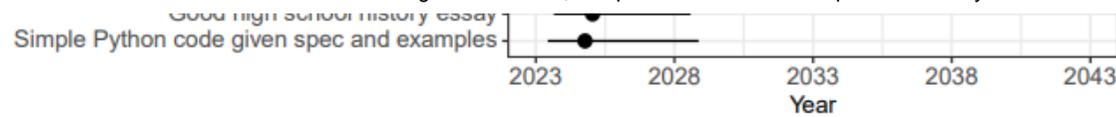


Gráfico que muestra el grado de automatización de numerosos trabajos en el futuro. Fuente:

(Katja Grace et al., 2024)

Al final, el debate sobre el impacto de la IA en nuestras vidas nos lleva a reflexionar sobre lo que significa ser humanos y lo que nos diferencia de las máquinas. Esta es la verdadera cuestión de fondo. ¿Qué es el ser humano? Como argumenta Marke Deuze, profesor de comunicación de la Universidad de Ámsterdam, cuando se trata de cuestiones relativas a la creatividad humana en el contexto de la IA, “no pensemos solo si las personas y la creatividad humana quedan subsumidas por la máquina, sino **lo que la IA nos muestra y nos dice sobre quiénes somos**”.

Deuze alude a la famosa tercera ley de predicción de Arthur C. Clarke, publicada en 1968: “cualquier tecnología suficientemente avanzada es indistinguible de la magia”. Y argumenta que las aplicaciones GenAI son como magia porque llevan a cabo todo tipo de funciones que escapan a la conciencia humana, produciendo resultados alucinantes. “Si la GenAI es el avance tecnológico más mágico, tal vez no nos sorprenda que nos muestre un espejo espectacular en las industrias mediáticas: las noticias, la música, el cine, la publicidad y los videojuegos”, dice Deuze. Y añade que la IA suele generar resultados bastante insípidos y poco inspiradores, fruto de un sinfín de “copias y pegadas”, bordeando y cruzando la línea del plagio; a veces resultan estéticamente asombrosos, pero carecen de vida.

Es urgente reaccionar ante los desarrollos tecnológicos para aplicar los valores éticos y reflexionar sobre las consecuencias del sistema que estamos construyendo. La ética debe ser parte del uso de estas herramientas para el bien común y no sólo para el beneficio y enriquecimiento de unos pocos. La IA también supone un salto cualitativo en el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y del periodismo, como hemos visto. La diferencia radical respecto a las etapas anteriores consiste en que estas herramientas son capaces de llevar a cabo tareas por sí solas, sin la intervención humana, por lo que sus implicaciones éticas transforman la naturaleza del periodismo tal y como lo conocemos.



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

