



Inicio

¿Quiénes somos?

Sobre nosotros

Premio Vicente Verdú

Idea, diseña, emprende

IR AL MÁSTER

Informe

Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)



Automatización, personalización e hibridación: el impacto de la IA en el periodismo será determinante

FÉLIX ARIAS — 11/12/2023



Entradas recientes

De la hoja de cálculo a la línea de código... con la IA en el horizonte. Así expresen la tecnología los

Publicamos un nuevo análisis sobre las tendencias que impactarán en el panorama mediático en España y Portugal durante el próximo quinquenio, un adelanto del informe del proyecto IBERIFIER que estamos recogiendo en esta [serie especial para final de año](#): nos centramos en el área de *inteligencia artificial*.

Expertos entrevistados

- Miguel Ángel Román, cofundador, Instituto de Inteligencia Artificial
- Patricia Ventura, Universitat Autònoma de Barcelona
- David Corral, responsable de innovación, Televisión Española
- David Llorente, director, Narrativa
- Carmen Torrijos, responsable de IA, Prodigioso Volcán
- María Ángeles Chaparro, Universidad Complutense de Madrid

periodistas de datos en España

ENRIQUE RIBERA Y FÉLIX ARIAS —
04/01/25

El medio hiperlocal Pamplonews gana el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación

MIGUEL CARVAJAL — 03/28/25

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



La Inteligencia Artificial (IA) es la gran disrupción tecnológica a corto y medio plazo para todos los sectores, incluido el periodístico. Se estima que casi la mitad del proceso de adopción en los medios de comunicación se producirá a corto plazo (menos de 3 años) y tendrá efectos similares en otros sectores como el financiero. Las mejoras en la productividad laboral y la automatización de tareas y roles serán clave en todas las industrias. Un reciente informe basado en refleja que más del 75 % de los profesionales usan la IA en al menos una de las áreas de la cadena de valor del periodismo, que incluye la recopilación, producción y

Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

¿Conoces el *Local Data Lab*?

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

distribución de contenido, principalmente para mejorar la productividad, pero también que apenas un tercio de las organizaciones han desarrollado una estrategia para explotar esta tecnología.

El desarrollo de la IA no es nuevo, pero la irrupción de los modelos generativos ha popularizado avances inimaginables hasta hace poco. Y su progresión no se detendrá. Después de un período de exuberancia, la mayor parte de las innovaciones tecnológicas alcanzan una meseta. Pero es difícil saber cuándo se llegará a ese estado con la IA. Se prevé que siga mejorando y aumente su influencia en la vida diaria.

Las consecuencias de esta transformación demandan una reflexión crítica, en primer lugar, sobre sus artífices. Hasta hace poco, gran parte de sus avances eran open source (código abierto). Pronto proliferaron pequeñas iniciativas independientes, pero ahora se tiende a la concentración en un pequeño conjunto de actores del sector privado. Gigantes tecnológicos, primero Microsoft, después Google y pronto Meta, Amazon y Apple asumirán un papel clave en el desarrollo del software. Nuevos actores, como Open AI, podrían desembarcar en plataformas de contenido como Reddit para aprovechar su capacidad creativa.

Los errores en la generación de contenidos, y sobre todo su uso negligente o malintencionado, constituyen grandes retos sociales. Los efectos de estas herramientas en las rutinas profesionales, la

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

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

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*

organización de las redacciones, los modelos de negocio y la ética serán esenciales en esta tecnología que conlleva nuevos poderes, pero también responsabilidades.

Tendencias e innovaciones

- Efervescencia. La IA está experimentando una continua y acelerada evolución. El software no requiere procesos logísticos y los avances se expanden de manera inmediata (Miguel Ángel Román). Su incidencia directa en la programación puede implicar un crecimiento aún más acelerado. La IA hará que el consumo y su propia utilización sea más conversacional y se expanda a otros objetos cotidianos (David Llorente). Es probable que, tras el entusiasmo inicial, pronto se alcance el “valle de desencanto”. Pero después se espera una “meseta de utilidad” en la que los cambios se vayan asimilando (Carmen Torrijos).
- Automatización. La colaboración entre el humano y la máquina servirá, a corto plazo, para simplificar procesos mecánicos. Pero el grado de complejidad de estas rutinas irá aumentando, lo que generará una gran revolución en los modelos de negocio. El uso de la IA en contenidos como resúmenes de eventos deportivos o información económica pronto se expandirá hacia otros ámbitos y secciones (David Llorente).
- Personalización. Una de las consecuencias más plausibles de la reducción de tareas mecánicas es la generación de versiones de un

multipantalla

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

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

mismo contenido, por ejemplo con la elección de voces o encuadres por el usuario (David Llorente).

- Hibridación. Se acentuará la ruptura de barreras en los perfiles y equipos de las redacciones. El personal técnico ganará protagonismo, pero tendrá que entender la esencia de la profesión. Los periodistas cada vez necesitarán una formación más técnica para entender su potencialidad y mejorar la comunicación en el trabajo colaborativo. Las plantillas probablemente sean más pequeñas y especializadas (Patricia Ventura).

Retos

- Asimilación. La adaptación o el rechazo por parte de los profesionales y los medios será un factor determinante. Es probable que quienes se queden fuera “tengan problemas” (David Llorente y Miguel Ángel Román). La inacción no es una opción, porque los continuos avances pueden generar brechas cada vez más profundas. El sector periodístico ya ha tenido que adaptarse a otras disrupciones tecnológicas y de nuevo tendrá que transformarse para sobrevivir (David Corral).
- Regulación. Las instituciones se están moviendo, en ocasiones incitadas por las tecnológicas, para encajar estos avances en los marcos normativos. Pero no será fácil frenar su evolución, porque la facilidad para replicar esta tecnología y desarrollarla en los márgenes legales es cada vez mayor (David Llorente). Sí parece más factible,

Ranking de Innovación Periodística 2014

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

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

especialmente para el periodismo, fomentar la supervisión. Analizar los algoritmos que hay detrás de la IA para evitar errores y sesgos será una función cada vez más relevante en el sector. Fomentar la transparencia de los datos, tanto los que utilice el periodista como los que analice, adquirirá más valor (Patricia Ventura).

- **Estrategia.** Pensar a largo plazo e invertir en las innovaciones que se consideren esenciales será clave para el éxito. Es probable que en el futuro haya medios de primera y de segunda categoría en cuanto a la implementación de la IA (María Ángeles Chaparro).
- **Aislamiento.** La personalización puede dispersar tanto el relato que resulte muy complicado el diálogo o la comprensión de asuntos esenciales para la convivencia. Las instituciones tendrán dificultades para llegar a la ciudadanía de manera efectiva (David Llorente). El aumento de la polarización y la consiguiente fractura social suponen que el periodista debe seguir ofreciendo un relato coherente, al menos, sobre la esencia de las cuestiones importantes (Patricia Ventura).
- **Desinformación.** La IA perfecciona y facilita la generación de contenidos falsos. A esto se suman los sesgos, no siempre malintencionados, presentes en el núcleo de esas tecnologías, y los medios no deben contribuir a expandirlos (Patricia Ventura). El periodismo tendrá que aprovechar la tecnología para detectar mentiras, errores y sesgos en la información. Pero eso, por sí sólo, difícilmente será suficiente. En el “juego entre el gato y el ratón” entre las tecnologías para generar mentiras y para detectarlas, las primeras

profesionales en España y Latinoamérica

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.

siempre tendrán ventaja. Habrá que asumir que viviremos en un mundo donde será difícil detectar lo que es real de lo que no (Miguel Ángel Román).



Oportunidades

- Verificación. El enorme reto de la desinformación se puede convertir en la gran oportunidad para el periodismo. El fomento de la capacidad crítica del ciudadano es una de las posibles soluciones y la profesión desempeñará un papel esencial (Carmen Torrijos). La reputación de los medios será crucial para que el usuario confíe en la

información contrastada. La propagación de deepfakes creará un “caldo de cultivo” propicio para que los medios se conviertan en referentes confiables para el público (Miguel Ángel Román). Fomentar la independencia respecto de las grandes plataformas tecnológicas será esencial para que se consoliden marcas periodísticas en las que confiar. La creación de sellos de garantía, transparentes y rastreables en todas sus fases podría ser útil para demostrar la fiabilidad de lo que publiquen (Patricia Ventura).

- Eficiencia. Aunque requiere supervisión, la automatización puede mejorar la eficiencia de los profesionales para que dediquen su tiempo a otras tareas menos rutinarias y tediosas (Miguel Ángel Román). La especialización, tanto en un tema como en una plataforma, será una salida más habitual. También habrá más posibilidades de que funcionen proyectos con menor inversión económica (David Corral).
- Calidad. La generación automatizada sin criterio sólo fomenta la rapidez y la cantidad, lo que puede degradar la calidad de muchos contenidos y perjudicar las condiciones laborales (Carmen Torrijos). En cambio, se empleará la IA en las fases intermedias del proceso periodístico, como la detección de temas o el procesamiento de información (transcripción, categorización o resumen). Los periodistas que la usen bien tendrán más tiempo para innovar en enfoques, métodos y formatos; en suma, un producto informativo con mayor valor añadido y diferencial para un usuario cada vez más exigente con sus propios intereses (David Corral). Y para las empresas de

comunicación, puede ser útil para optimizar los modelos de publicidad y de suscripción (Patricia Ventura).

Conclusión

La industria periodística está ya incorporando la IA con efectos todavía difíciles de calibrar. Y todo apunta a que su desarrollo seguirá creciendo. Las decisiones que adopten los medios ante esta disrupción marcarán, en gran medida, el futuro del sector. La relevancia de la IA tras los últimos avances se sustenta en:

- Su dimensión. Afectará a empresas periodísticas de todo tipo, tamaño y ámbito geográfico. La influencia variará en función de la naturaleza del medio, pero se extenderá además a toda clase de profesionales.
- Su profundidad. Los cambios que genere la IA en el periodismo no serán superficiales, sino que afectarán a todos los procesos de la producción, la distribución, la organización y la comercialización. Aún más radical será el cambio en el usuario, que desarrollará nuevos hábitos e intereses, con una profunda transformación del consumo informativo.
- Su multiplicidad. Al afectar a todos los sectores, los cambios en la sociedad y en el periodismo se multiplicarán y retroalimentarán.
- Su rapidez. Los cambios serán tan rápidos que la capacidad de adaptación resultará esencial.

Nota: Las imágenes utilizadas en estos artículos del blog han sido generadas mediante herramientas de Inteligencia Artificial.

El informe completo “Análisis de las tendencias e innovaciones en el ecosistema mediático de España y Portugal (2025-2030)” podrá descargarse [en la web de IBERIFIER](#) en enero de 2024.



IBERIFIER ha recibido financiación de la Comisión Europea en el marco del acuerdo CEF-TC-2020-2 (Observatorio Europeo de Medios Digitales) con referencia 2020-EU-IA-025.



Félix Arias

Subdirector del Máster

