

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

# Inside JournalismAI: investigación y acción frente a la complejidad del cambio

FÉLIX ARIAS — 26/09/2023

JournalismAI ha vuelto a reflejar mejor que nadie el estado actual de la Inteligencia Artificial (IA) en el periodismo con el informe [Generating Change](#). Pero más allá de la instantánea que tan bien retratan estos últimos datos y testimonios, la trayectoria de este think tank universitario permite entrever ilusionantes horizontes en la intersección entre investigación, transferencia y formación.



## Entradas recientes

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



De la presentación del informe, colofón de mis tres meses de estancia en la London School of Economics (LSE), me quedo con la mirada crítica y poliédrica de un proyecto sustentado en una comunidad diversa y comprometida. Funcionó el tándem entre los autores: Mira Yaseen para la panorámica y [Charlie Becket](#) para profundizar en lo cualitativo. Tampoco defraudó la mesa con tres de las organizaciones que más avanzados están en la integración de la IA: Reuters ([Jane Barret](#)), la BBC ([Myriam Ahmed](#)) y Financial Times ([George Montagu](#)). Pero probablemente lo más valioso de ese evento fue cómo JournalismAI pudo reunir a profesionales implicados en [sus diferentes programas](#) y a sus integrantes (los actuales y también su antiguo motor, [Mattia Peretti](#)), normalmente dispersos por medio mundo.

## 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

## Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

¿Conoces el *Local*

Tres de cada cuatro medios emplean la IA para las tres grandes tareas del proceso periodístico: recopilar, producir y distribuir contenido. Sin embargo, sólo un tercio ha desarrollado una estrategia sobre la incorporación de esta tecnología y cree estar capacitado para lidiar con sus desafíos. A la mayoría le preocupan sus implicaciones éticas, prácticamente todos esperan que el impacto de la IA siga creciendo y casi la mitad subraya la importancia de la formación. Casi la mitad de las organizaciones todavía no están seguras de que la IA generativa cree nuevos desafíos para el periodismo, pero el 73% si está convencido de que ofrece nuevas oportunidades. Esos son algunos de los datos fundamentales del informe, que tuve el placer de [traducir al español](#) junto a la responsable de comunidad de JournalismAI, [Ana Valaco](#). De los múltiples gráficos que despliegan estas cifras, destacaría este:

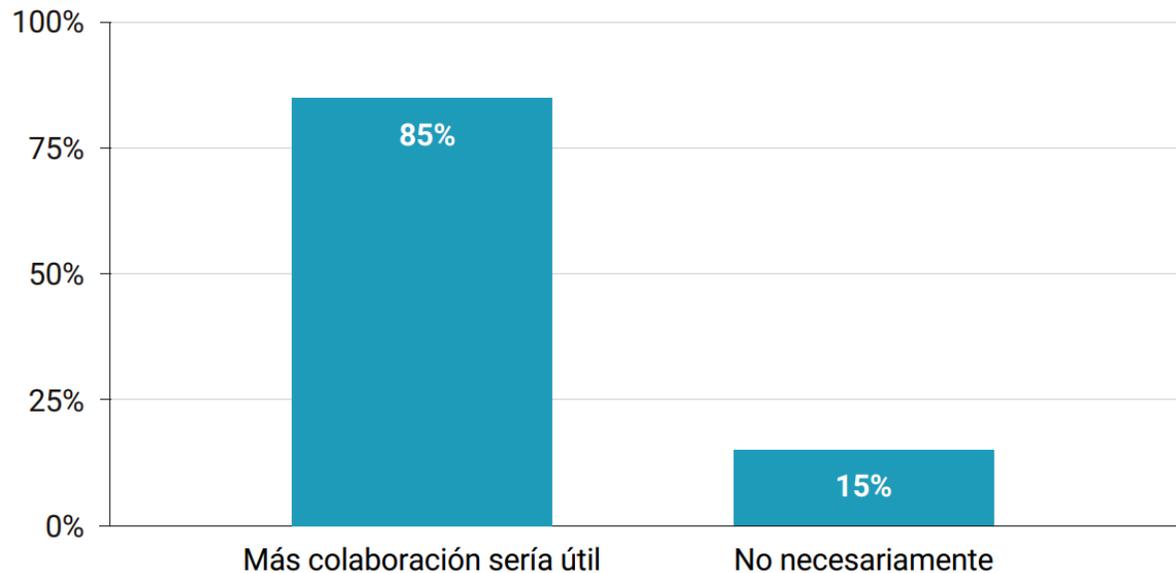
## ***Data Lab?***

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

## Qué sienten los medios acerca de una mayor colaboración sobre IA entre redacciones



El trabajo conjunto entre organizaciones va a ser fundamental para sobrevivir y aprovechar la profunda transformación que se avecina, aunque no sea tan rápida como creímos [hace casi un año](#). Y esto encaja con otra apreciación nuclear del informe: alrededor del 90 % de los encuestados ve con buenos ojos la posibilidad de un papel más fuerte de las universidades, las escuelas de periodismo y otras empresas intermediarias en la adopción de la IA en las redacciones a través de la investigación, la formación y la colaboración.

## 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

Pero este informe es mucho más que una encuesta. Las respuestas de 105 organizaciones periodísticas de 46 países, recogidas entre abril y julio de 2023, se complementan con decenas de entrevistas. Si tuviera que quedarme solo con una, sería ésta: “La IA podría convertirse en una encrucijada y un obstáculo insuperable para las organizaciones periodísticas que no se den cuenta de que es solo un aspecto nuevo del progreso constante de la transformación digital”.

También hay espacio para la reflexión en este trabajo, de la mano de Charlie Becket, la cabeza del proyecto. Sin la carga de la teoría académica, el profesor de la LSE enmarca la irrupción de la IA como uno de los continuos desafíos de la industria ante el cambio tecnológico. Suyos son también esos seis pasos hacia una estrategia sobre la IA que todos deberíamos asimilar (y que adapto ligeramente):

1. **Estar bien informado.** A veces llega a saturar, pero es necesario seguir al tanto de los avances, las aplicaciones y la intrahistoria de esta tecnología. Hay que localizar buenas fuentes y separar lo importante de lo superfluo.
2. **Gestionar el conocimiento.** Hay que procesar toda esa información externa. Pero además es fundamental recopilar lo que ya se está haciendo internamente, para compartir ideas y detectar necesidades. Y como no, utilizar la IA para todo esto.
3. **Asignar responsabilidades.** Con todos los datos sobre la mesa, hay que diseñar una estrategia clara, aunque abierta a cambios rápidos y

## 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

sustanciales. Distribuir adecuadamente las tareas para implicar a todos los integrantes del equipo será clave.

4. **Experimentar.** Alcanzar el equilibrio entre la prudencia y la audacia en el uso de la IA constituye uno de los retos de cualquier organización (no solo periodística). Tendrán ventaja los más rápidos para probar y ajustar.
5. **Divulgar.** Los medios tienen que hacer públicos sus principios en el uso de la IA y las guías en las que se basen sus redacciones. En España, nadie ha dado el primer paso, pero fuera hay ya más de una veintena. Confío en que otras iniciativas también sean transparentes sobre la incorporación de esta tecnología, incluso en cada publicación.
6. **Colaborar.** Hay que hacer piña y atreverse a cruzar umbrales entre los medios, la universidad, empresas tecnológicas e instituciones.

En la presentación, Becket confesó que en esta segunda edición del informe no han aplicado un enfoque de género. Estoy seguro de que lo incorporarán en la tercera, donde ojalá también añadan otros dos prismas clave: el tamaño de las organizaciones periodísticas y su público objetivo.

## 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



## 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.

El informe sí incluye un enfoque crítico, desplegado en un nuevo capítulo entero, sobre la disparidad en el desarrollo de la IA en el Norte y el Sur global. Mira Yaseen, coautora del trabajo, sin duda ha tenido mucho que ver en esta mirada social que acaparó gran parte de las preguntas en el coloquio abierto tras la presentación. Y es que resulta fundamental comprender que la aplicación de esta tecnología varía mucho en función del contexto geográfico y, por lo tanto, político y económico.

La muestra de la encuesta refleja muy bien este enfoque. Apenas una veintena de las 105 respuestas proceden de medios europeos y apenas hay norteamericanos. Lejos de ser un problema, esto refleja la expansión internacional de una transformación que va mucho más allá (y que puede arrastrar si no están a la altura) a los medios occidentales.

Este carácter global encaja con el de los integrantes de JournalismAI: [Tshepo Tshabalala](#) (Sudáfrica), [Sabrina Argoub](#) (Marruecos/Alemania), [Lakshmi Sivadas](#) (India), Ana Valacco (Argentina) y Mira Yaseen (Jordania). Es difícil encontrar un equipo geográficamente más diverso.



El anterior informe, [New powers, new responsibilities](#) , con muchas ideas aún vigentes cuatro años después, fue el punto de partida de JournalismAI, la brújula de lo que han desarrollado desde entonces. El futuro es prometedor, aunque bastaría con consolidar lo que han levantado. Además de ampliar su comunidad y ofrecer más y mejor formación, probablemente consigan incorporar aún más esa perspectiva crítica tan necesaria: corregir y llamar la atención sobre los peligros de la

aplicación de una tecnología que probablemente necesite tanto material técnico muy específico como análisis profundo y debate abierto sobre lo que se debe y no se debe hacer.

La estrategia es la clave. Usemos esta IA incipiente para liberarnos de algunas tareas y trazar un camino, aunque seguramente habrá que modificarlo constantemente ante los continuos y profundos cambios. Así que recupero la idea inicial: fijarse en iniciativas como JournalismAI puede servir para reenfocar el papel de la universidad de calidad:

- Investigación bien enfocada, con fundamentos sólidos, pero después también con capacidad crítica.
- Transferencia de verdad, que consiga trasladar el conocimiento de la universidad a la industria y crear comunidad.
- Y una formación flexible y ajustada a las necesidades de un profesional que la demanda y la necesita. Enseñar claves sobre IA a 3.000 periodistas de todo el mundo y poner a trabajar juntos a redacciones punteras para lanzar una veintena de proyectos sí es [action research](#) de la que merece la pena.



Para eso, hace falta también financiación. Y JournalismAI aporta ahí otra pista: se puede jugar con fuego sin quemarse. Estar sustentado únicamente por Google News Initiative, la rama periodística de uno de los grandes gigantes tecnológicos, probablemente el más involucrado en la IA de los Big Five, tiene sus riesgos. En JournalismAI son conscientes, pero han conseguido mantener su independencia y aumentar la inversión solo a base de buenos resultados. Y el hecho de realizar la presentación con FT Strategies, la consultora del Financial Times, además

de reforzar esta política de alianzas ambiciosas, muestra el equilibrio entre el proyecto global y remoto con el arraigo en la vanguardia londinense.

No es nada que no se haya hecho ya antes. Otras muchas iniciativas, como el [European Journalism Centre \(EJC\)](#) o el [Reuters Institute for the Study of Journalism](#), hacen una gran labor. Y es que los progresos de estas iniciativas, en los márgenes entre la universidad y la industria, refuerzan la necesidad de explorar nuevas fórmulas. En España, hay pocas; al menos, en periodismo. En el MIP, asumimos el desafío.

*Fotos: Noah Da Costa (JournalismAI)*



**Félix Arias**

Subdirector del Máster

---



