



1859

UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia

Carrera de Comunicación

"Empoderamiento de la era digital: análisis del impacto de la asistencia de artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32)" periodo 2023 – 2024.

Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título de Licenciado de comunicación

AUTOR:

Thomas Jeremías Sarango Lalangui

DIRECTOR:

Lic. Daniela Gallardo Ledesma, Mg. Sc.

Loja- Ecuador

2024



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **GALLARDO LEDESMA DANIELA STEFANIE**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Análisis del impacto de la asistencia de artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32)" periodo 2023 - 2024**, perteneciente al estudiante **THOMAS JEREMIAS SARANGO LALANGUI**, con cédula de identidad N° **1105101917**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 2 de Agosto de 2024



Firmado electrónicamente por:
DANIELA STEFANIE
GALLARDO LEDESMA

F) _____

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001858

Autoría

Yo, **Thomas Jeremías Sarango Lalangui**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firmado electrónicamente por:
**THOMAS JEREMIAS
SARANGO LALANGUI**

Firma:

Cedula de identidad: 1105101917

Fecha: 28 de octubre de 2024

Correo electrónico: tjsarango@unl.edu.ec

Teléfono: 0961024615

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Thomas Jeremías Sarango Lalangui**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Empoderamiento de la era digital: análisis del impacto de la asistencia de artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32) periodo 2023 – 2024**. Como requisito para obtener el título de Licenciada en Comunicación, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veintiocho días del mes de octubre del dos mil veinticuatro.



Firma:

Autor: Thomas Jeremías Sarango Lalangui

Cedula de identidad: 1105101917

Dirección: Av. Emiliano Ortega y Juan de Salinas

Correo electrónico: tjsarangol@unl.edu.ec

Teléfono: 0961024615

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Lic. Daniela Gallardo Ledesma, Mg. Sc.

Dedicatoria

Con inmensa gratitud, agradezco a Dios por otorgarme la sabiduría, la paciencia y la fortaleza que me permitieron completar estos cuatro años de estudios. Dedico este trabajo de investigación a mis padres, hermanos, hija y a toda mi familia, quienes han sido mi mayor apoyo desde el inicio, impulsándome a seguir mis sueños y alcanzar cada una de las metas que me he propuesto hasta hoy.

Mi gratitud también va dirigida a los docentes, así como a los amigos que conocí en la Universidad y a aquellos que siempre han estado presentes en mi vida. Gracias por sus gestos de cariño y apoyo en los momentos en los que más lo necesité.

¡Muchas gracias!

Thomas Jeremías Sarango Lalangui

Agradecimiento

En primer lugar, quiero expresar mi gratitud a la Universidad Nacional de Loja por haber sido una pieza fundamental en mi formación, tanto en valores como en conocimientos, a lo largo de esta increíble carrera. También deseo agradecer a todos los docentes que, con dedicación, compartieron su tiempo y saberes durante estos cuatro años de aprendizaje académico.

Un agradecimiento especial a los medios y entidades que me brindaron la oportunidad de realizar mis prácticas preprofesionales, permitiéndome aplicar de forma práctica lo aprendido en las aulas. Fue un espacio donde viví momentos llenos de alegría y aprendizaje, y donde adquirí la confianza para desarrollarme en el campo de la comunicación.

Mi más sincero agradecimiento a la licenciada Daniela Gallardo, Mg. Sc, por su paciencia y constante apoyo durante todo el proceso de investigación, desde la creación del primer borrador hasta la finalización del trabajo. Finalmente, quiero destacar el respaldo invaluable de mis amigos durante mi etapa estudiantil, con quienes he forjado lazos que espero perduren a lo largo de la vida.

Thomas Jeremías Sarango Lalangui

Índices de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índices de contenidos	vii
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos	xii
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1 Antecedentes.....	6
4.1.1 Historia de la Inteligencia Artificial	6
4.1.2 Evolución de la inteligencia artificial en el periodismo	6
4.1.3 Inteligencia artificial en 2024 y su vinculación con la comunicación.....	7
4.2 Marco Legal de la inteligencia artificial	8
4.3 ChatGPT y su funcionamiento.....	8
4.4 ChatGPT en el periodismo.....	9
4.5 El impacto de la Inteligencia Artificial en el periodismo	9
4.5.1 Automatización en la Redacción de Noticias	9
4.5.2 Verificación de Hechos y Noticias.....	9
4.6 Uso de la IA en los Medios de Comunicación	10
4.6.1 A Nivel Mundial.....	10
4.6.2 En Latinoamérica	10
4.6.3 En Ecuador	10
4.6.4 En Loja	11
4.7 Ventajas del uso de ChatGPT en el Periodismo	11
4.7.1 Generación de Texto	11
4.7.2 Mejorar la Precisión de los Motores de Búsqueda.....	11
4.7.3 Desarrollo de Chatbots	11
4.7.4 Mejorar el Procesamiento del Lenguaje Natural	12
4.8 Desventajas del uso de ChatGPT en el periodismo	12

4.8.1	Calidad y Precisión del Contenido	12
4.8.2	Transparencia y Supervisión	12
4.8.3	Impacto en el Empleo.....	12
4.8.4	Artículos Escritos por ChatGPT.....	13
4.9	Estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital.....	13
4.9.1	Vinculación de la Asistencia de IA ChatGPT con las Habilidades Comunicativas.....	13
4.9.2	Consideraciones Éticas.....	14
4.10	Futuro de ChatGPT en la Comunicación Periodística	14
5.	Metodología.....	15
5.1	Área de Estudio.....	15
5.2	Procedimiento	15
5.2.1	Enfoque Metodológico	15
5.2.2	Alcance de la Investigación	15
5.3	Métodos	15
5.3.1	Descriptivo	15
5.3.2	Exploratorio.....	16
5.3.3	Analítico	16
5.4	Fases del Estudio	16
5.4.1	Fase Conceptual o Teórica	16
5.4.2	Fase de Diseño de la Investigación.....	16
5.4.3	Fase de Ejecución de Herramientas	16
5.4.4	Fase de Análisis de los Resultados	16
5.5	Técnicas	17
5.5.1	Análisis Documental	17
5.5.2	Entrevistas	17
5.5.3	Estudio de Caso.....	17
5.5.4	Observación.....	17
5.6	Instrumentos	17
5.6.1	Encuestas	17
5.6.2	Análisis de las Tablas de Contenido.....	17
5.6.3	Análisis de las Tablas de Contenido.....	18
5.6.4	Validación de Instrumentos.....	18
5.6.5	Explicación del Procesamiento de los Datos	18
5.7	Población – Muestra	18
5.8	Autorización de Identidad.....	19
6.	Resultados	20

6.1	Resultado de las encuestas.....	22
7.	Discusión	32
8.	Conclusiones	34
9.	Recomendaciones	35
10.	Bibliografía	36
11.	Anexos	38

Índice de tablas:

Tabla 1. Edad de las personas encuestadas.....	22
Tabla 2. Medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias.....	23
Tabla 3. La importancia de saber si una noticia fue escrita por una inteligencia artificial o un humano.....	24
Tabla 4. Influencia de la inteligencia artificial en la ética y la redacción periodística	26
Tabla 5. Confianza en noticias generadas por inteligencia artificial de fuentes confiables.....	27
Tabla 6. Aspecto clave para determinar la confiabilidad de noticias de inteligencia artificial.....	28
Tabla 7. Las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la difusión de información	29
Tabla 8. La inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas a futuro	30

Índice de gráficos:

Gráfico 1. Edad de las personas encuestadas.....	22
Gráfico 2. Medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias.....	23
Gráfico 3. La importancia de saber si una noticia fue escrita por una inteligencia artificial o un humano	25
Gráfico 4. Influencia de la inteligencia artificial en la ética y la redacción periodística	26
Gráfico 5. Confianza en noticias generadas por inteligencia artificial de fuentes confiables.....	27
Gráfico 6. Aspecto clave para determinar la confiabilidad de noticias de inteligencia artificial.....	28
Gráfico 7. Las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la difusión de información	29
Gráfico 8. La inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas a futuro...	30

Índice de anexos:

Anexo 1. Encuestas	38
Anexos 2 Validación de los instrumentos	40
Anexos 3 Entrevistas.....	46
Anexos 4 Certificación de traducción del resumen	57
Anexos 5 Fotografías	58

1. Título

"Empoderamiento de la era digital: análisis del impacto de la asistencia de artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32)" periodo 2023 – 2024)

2. Resumen

Esta investigación analiza el impacto de la inteligencia artificial, específicamente ChatGPT, en la redacción de noticias en medios digitales en Loja de 2023 a 2024. Los principales objetivos son analizar cómo afecta esta tecnología a la calidad, originalidad y objetividad del periodismo, y comprender la percepción del público y de los profesionales. para su uso. Los resultados revelan aspectos tanto positivos como negativos del uso de ChatGPT en el periodismo. Los beneficios importantes incluyen la velocidad y eficiencia de la redacción de publicaciones, y la inteligencia artificial ayuda a crear borradores y automatizar tareas repetitivas. Esto permite a los periodistas centrarse en el análisis crítico y la interpretación de la información. Además, la innovación en el periodismo es evidente ya que ChatGPT permite la creación de contenido interactivo y personalizado, mejora la experiencia del usuario y permite nuevas formas de presentar las noticias. Sin embargo, se descubrieron algunos problemas importantes. A pesar de los avances tecnológicos, muchos usuarios siguen prefiriendo el periodismo humano porque ofrece autenticidad y enfoque crítico. La confiabilidad y precisión de las noticias generadas por la inteligencia artificial todavía están en duda, especialmente en contextos complejos y diferencias culturales. También existen preocupaciones sobre la ética del uso de la inteligencia artificial y el posible impacto negativo en el empleo de los periodistas que podrían ser reemplazados por esta tecnología en el futuro.

Palabras clave: *ChatGPT, Ética, Inteligencia Artificial, Medios Digitales, Redacción de Noticias, Supervisión Human*

2.1 Abstract

This research analyzes the impact of artificial intelligence, specifically ChatGPT, on news writing in digital media in Loja in 2023 to 2024. The main objectives are to analyze how this technology affects the quality, originality and objectivity of journalism, and to understand the perception of the public and professionals for its use. The results reveal both positive and negative aspects of using ChatGPT in journalism. The important benefits include the speed and efficiency of writing posts, and artificial intelligence helps to create drafts and automate repetitive tasks. This allows journalists to focus on critical analysis and interpretation of information. Moreover, innovation in journalism is evident as ChatGPT allows the creation of interactive and personalized content, improves user experience and enables new ways of presenting the news. However, some major problems were discovered. Despite technological advances, many users still prefer human journalism because it offers authenticity and critical focus. The reliability and accuracy of news generated by artificial intelligence are still in doubt, especially in complex contexts and cultural differences. There are also concerns about the ethics of using artificial intelligence and the possible negative impact on the employment of journalists who could be replaced by this technology in the future.

Keywords: ChatGPT, Ethics, Artificial Intelligence, Digital Media, News Writing, Human Supervision.

3. Introducción

La era digital ha traído avances significativos en la producción y consumo de información. Entre estas innovaciones, la inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta transformadora en diversos campos, incluido el periodismo. ChatGPT ha llamado especialmente la atención por su capacidad para generar texto coherente y natural, creando nuevas oportunidades y desafíos para escribir mensajes. La inteligencia artificial (IA) se define como un campo de la informática que se centra en la creación de sistemas capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción (Netapp, s.f.; Recovery Plan, 2023). Más específicamente, ChatGPT es un sistema de chat basado en el modelo de lenguaje GPT-3.5 entrenado en grandes cantidades de texto para realizar una variedad de tareas relacionadas con el lenguaje, desde la traducción hasta la generación de texto (Fernández, 2023). Este modelo abre nuevas posibilidades en la comunicación y creación de contenidos. La provincia de Loja alberga medios digitales como Lo del Momento Loja, Primer Reporte y Hora32 y se encuentra en una nueva fase de adopción digital. La integración de ChatGPT con estos medios puede cambiar la forma en que se escriben y presentan las noticias, influyendo en el proceso editorial y la percepción pública. El uso de esta tecnología promete simplificar la creación de contenido, permitir una personalización más profunda y proporcionar nuevas formas de interactuar con los lectores. Sin embargo, este avance no ha estado exento de controversia. El uso de ChatGPT en la redacción de noticias plantea preguntas críticas sobre la calidad y autenticidad del contenido generado. Si bien la inteligencia artificial puede hacer que la producción de noticias sea más eficiente al automatizar tareas repetitivas y producir borradores rápidos (Ortiz, s.f.), también genera preocupaciones sobre la confiabilidad de la información y la posible pérdida de una perspectiva humana en la narrativa de los eventos. La ética del uso de la inteligencia artificial y su impacto en el empleo de los periodistas son cuestiones que deben evaluarse cuidadosamente (Román, 2023; RECLA, 2023). El propósito de este estudio es analizar el impacto de ChatGPT en la calidad, originalidad y objetividad del periodismo en medios digitales en Loja y explorar los beneficios y desafíos asociados con su implementación. Comprender estas dinámicas proporcionará una perspectiva más clara sobre cómo la inteligencia artificial puede integrarse eficazmente en el periodismo sin comprometer los principios fundamentales de la industria. Este análisis es fundamental para preparar a los medios y a la sociedad

para los cambios que la era digital seguirá trayendo. Además, es importante considerar cómo el uso creciente de ChatGPT afecta el futuro del periodismo, es decir, la formación y adaptación de los profesionales de la industria. La inteligencia artificial no sólo plantea desafíos técnicos y éticos, sino que también exige redefinir las habilidades y destrezas que requieren los periodistas en un entorno cada vez más digital. En este contexto, la formación en el uso de herramientas de inteligencia artificial y la capacidad de trabajar con estas tecnologías se convierten en aspectos importantes para garantizar que el periodismo siga siendo una fuerza vital para la democracia, la transparencia y la información veraz. La investigación también tiene como objetivo identificar áreas donde la intervención humana sigue siendo esencial y cómo los periodistas pueden complementar el trabajo de la inteligencia artificial para mantener la integridad y profundidad de las noticias.

4. Marco Teórico

4.1 Antecedentes

El desarrollo de los medios de comunicación se ha visto influenciado por diversos avances tecnológicos, desde la imprenta hasta la radio, la televisión e Internet. La llegada de la inteligencia artificial marca otro importante punto de inflexión.

En la era digital, la integración de tecnologías avanzadas ha transformado varias industrias, incluidos los medios de comunicación, en particular, la inteligencia artificial (IA) juega un papel crucial en esta transformación. Este marco teórico examina el impacto de la asistencia de inteligencia artificial (específicamente ChatGPT) en el desarrollo de habilidades comunicativas, la creación de noticias, la aceptación del público y sus posibles efectos en la ética profesional.

4.1.1 Historia de la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial (IA) comenzó en la década de 1950 con la Conferencia de Dartmouth de 1956 como punto de partida oficial (Rodríguez, 2023). Las décadas de 1950 y 1960 estuvieron dominadas por la inteligencia artificial simbólica, que se centraba en la representación simbólica y el razonamiento lógico. Sin embargo, en las décadas de 1970 y 1980, la investigación se ralentizó y entró en el "invierno de la inteligencia artificial". La llegada de los sistemas expertos en la década de 1980 revivió este campo. En la década de 1990, los avances en el aprendizaje automático y la potencia informática dieron lugar a nuevas innovaciones. En los últimos años, el aprendizaje profundo ha revolucionado la inteligencia artificial y se ha utilizado en áreas como el reconocimiento de imágenes y el habla. Actualmente, la inteligencia artificial afecta a todos los ámbitos de la vida y tiene amplias perspectivas, pero también se enfrenta a importantes cuestiones éticas.

4.1.2 Evolución de la inteligencia artificial en el periodismo

La inteligencia artificial (IA) en el periodismo ha crecido significativamente desde los primeros intentos de automatización en las décadas de 1960 y 1970, cuando se centraba en tareas administrativas y de gestión de bases de datos. Después en las décadas de 1980 y 1990, los sistemas de recuperación de información facilitaron el acceso a grandes cantidades de datos.

El periodismo computarizado surgió en la década de 1990, permitiendo a los periodistas utilizar herramientas digitales para realizar análisis e informes más

sofisticados. La década de 2000 vio el desarrollo de sistemas automatizados de generación de noticias, como "StatsMonkey" (cdperiodismo, 2010). Que pueden escribir artículos deportivos basados en datos.

En la década de 2010 se produjeron avances en el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural con herramientas como Wordsmith y Heliograph (Cuéller, 2020). Que proporcionaban noticias sobre finanzas y elecciones. En la década de 2020, la inteligencia artificial está profundamente integrada en los flujos de trabajo de noticias, ayudando con la verificación de hechos, el análisis de datos y la detección de noticias falsas.

También ha surgido preocupaciones éticas sobre la transparencia y el sesgo algorítmico. La inteligencia artificial ha transformado el periodismo, mejorando la eficiencia y las capacidades analíticas y planteando nuevos desafíos éticos y de rendición de cuentas.

En fin, la inteligencia artificial (IA) se define como la capacidad de las máquinas para imitar los procesos de inteligencia humana mediante la creación y aplicación de algoritmos en un entorno dinámico de computación (Netapp, s.f.). Desde sus inicios, la IA ha buscado desarrollar sistemas capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción (Plan de Recuperación, 2023).

4.1.3 Inteligencia artificial en 2024 y su vinculación con la comunicación

En 2024, la pregunta planteada por Alan Turing en 1950 sobre si las máquinas pueden pensar se ha vuelto una realidad con la evolución de la Inteligencia Artificial, sobre todo en el campo de la comunicación ha mejorado muchísimo al personalizar y optimizar la experiencia del usuario, como en los chatbots y aplicaciones web. Estos sistemas pueden adaptarse y proporcionar respuestas más precisas con el tiempo. Los impactos positivos incluyen la automatización de tareas repetitivas, mayor eficiencia, personalización, análisis avanzado de datos e innovación continua. Sin embargo, también hay impactos negativos como el desplazamiento laboral, sesgo algorítmico, problemas de privacidad y seguridad, dependencia tecnológica y desigualdad digital. (Red de periodistas, 2024).

La Red de Periodistas por el desarrollo sostenible llama a la ética y responsabilidad en el uso de la IA, enfatizando la importancia de la transparencia,

capacitación y educación en estas herramientas para complementar el trabajo humano y no reemplazarlo.

4.2 Marco Legal de la inteligencia artificial

El marco legal para el uso de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo incluye varias disposiciones claves. El Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea regula la recopilación y el procesamiento de datos personales, lo que requiere transparencia y consentimiento. (Certus, 2022). En los Estados Unidos, la Ley de Protección de Datos de California (CCPA, 2023). Establece los derechos de los californianos sobre su información personal. Además, las directrices de la UNESCO proporcionan un marco ético para la inteligencia artificial, y los códigos de ética periodística locales abordan el uso de nuevas tecnologías. Los periodistas deben seguir estas leyes y principios para garantizar que la implementación de la inteligencia artificial sea legal, ética y transparente. (UNESCO, 2024). En el caso de Ecuador a través de la asamblea nacional se está creando una ley que busca prevenir, mitigar y prevenir el potencial impacto negativo de la inteligencia artificial en los derechos y libertades individuales, con especial atención a la privacidad, la igualdad y la no discriminación, la libertad de expresión, la autonomía y la dignidad humana. (Asamblea Nacional, 2024).

4.3 ChatGPT y su funcionamiento

ChatGPT es un sistema de chat basado en el modelo de lenguaje GPT-3.5, desarrollado por OpenAI. Con más de 175 millones de parámetros, está entrenado en grandes cantidades de texto para realizar tareas relacionadas con el lenguaje, desde la traducción hasta la generación de texto (Fernández, 2023). Este modelo utiliza una técnica conocida como aprendizaje profundo, que permite a las máquinas aprender y mejorar a partir de grandes volúmenes de datos.

ChatGPT tiene dos versiones principales: una gratuita basada en GPT-3.5 y otra versión de pago llamada ChatGPT Plus, que utiliza la versión más moderna y mejorada GPT-4. Estas versiones están disponibles para los usuarios a través de una interfaz web accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. La accesibilidad y la facilidad de uso de ChatGPT lo han convertido en una herramienta popular para una amplia gama de aplicaciones.

4.4 ChatGPT en el periodismo.

La inteligencia artificial (IA) ha revolucionado diversas áreas del conocimiento y la tecnología, afectando profundamente el campo de la comunicación y el periodismo. Desde sus inicios, la IA ha evolucionado para imitar procesos de inteligencia humana, facilitando tareas complejas y repetitivas. Una de las manifestaciones más avanzadas de esta tecnología es ChatGPT, un modelo de lenguaje basado en IA desarrollado por OpenAI. Este ensayo explorará la evolución de la IA en la comunicación, el funcionamiento y las aplicaciones de ChatGPT, su impacto en el periodismo moderno, y las consideraciones éticas que su uso conlleva.

4.5 El impacto de la Inteligencia Artificial en el periodismo

Varios estudios han demostrado que las herramientas de inteligencia artificial pueden ayudar a los periodistas a producir informes más complejos y detallados sin reemplazar el trabajo humano. Empresas como The Associated Press, Bloomberg y Reuters ya están utilizando inteligencia artificial para generar contenido automáticamente, lo que permite a los periodistas centrarse en informes más detallados. Europa y China también están introduciendo la automatización. Por ejemplo, la agencia de noticias Xinhua lanzó un presentador de noticias robot en 2018. Pero estos avances tecnológicos también traen consigo desafíos, como la necesidad de eliminar sesgos en los algoritmos y garantizar la transparencia y el uso ético de la inteligencia artificial. (García, 2019).

4.5.1 Automatización en la Redacción de Noticias

La inteligencia artificial ha transformado la redacción de noticias al automatizar tareas como la generación de titulares, la verificación de hechos y la personalización del contenido según el público objetivo. Esto permite a los periodistas concentrarse en tareas más analíticas y creativas, mejorando la calidad del contenido (Faster Capital, 2023). Los sistemas de IA pueden analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, identificando tendencias y patrones que pueden ser utilizados para crear noticias más relevantes y oportunas.

4.5.2 Verificación de Hechos y Noticias

Las herramientas de verificación impulsadas por (IA) pueden evaluar rápidamente la credibilidad de la información, cruzando referencias con fuentes y bases

de datos confiables. Esto es fundamental en la lucha contra la desinformación y las noticias falsas en línea, proporcionando a los periodistas y editores herramientas poderosas para garantizar la precisión y la veracidad de sus reportajes (Faster Capital, 2023)

4.6 Uso de la IA en los Medios de Comunicación

4.6.1 A Nivel Mundial

Los medios de comunicación están utilizando inteligencia artificial para mejorar las operaciones y ofrecer contenido más relevante. New York Times, utiliza la inteligencia artificial para generar titulares automáticamente y optimizar la presentación de noticias para mejorar la efectividad y relevancia del contenido. BBC News en el Reino Unido utiliza inteligencia artificial para crear videos personalizados y generar titulares, mejorar la experiencia del usuario y personalizar el contenido. El periódico estadounidense Washington Post utiliza inteligencia artificial para publicidad nativa y desarrolló, además cuenta con Heliograf, un robot de noticias que ayuda a crear contenido editorial de manera más eficiente (Coyote, 2023).

4.6.2 En Latinoamérica

En América Latina, varios grupos de medios están utilizando inteligencia artificial para mejorar la producción de contenidos y la experiencia del usuario. El Grupo Clarín de Argentina optimiza la producción de contenidos y los hace más relevantes para los usuarios. El Grupo Televisa de México está experimentando con inteligencia artificial para hacer que la producción de noticias sea más eficiente y el contenido más relevante. El Grupo El Comercio de Perú está explorando el uso de inteligencia artificial para optimizar la distribución de contenidos y mejorar la experiencia de sus plataformas digitales (Coyote, 2023).

4.6.3 En Ecuador

Algunos medios de comunicación están explorando el uso de inteligencia artificial para optimizar sus operaciones y mejorar la participación de la audiencia. El Darío Universo utiliza inteligencia artificial para optimizar la producción de contenidos y mejorar la experiencia del usuario en sus plataformas digitales. Teamazonas está explorando cómo la inteligencia artificial puede personalizar la programación y mejorar la interacción en línea con los espectadores, haciendo que el contenido sea más relevante

y atractivo. Diario Expreso evalúa cómo la inteligencia artificial puede mejorar la eficiencia y precisión de la producción de noticias y brindar contenidos más relevantes a su audiencia (Coyote, 2023).

4.6.4 En Loja

El uso de inteligencia artificial en los medios de comunicación es menos común debido a su tamaño más pequeño en comparación con las principales ciudades del país. Sin embargo, algunos medios locales están explorando gradualmente tecnologías digitales para mejorar su presencia en línea y la entrega de contenido. Jessica Valle, redactora del medio Primer Reporte, utiliza IA para crear titulares, oraciones y posibles cierres en las noticias. En Loja, se está considerando el uso de herramientas de IA para optimizar la producción de noticias, personalizar el contenido y mejorar la interacción con los lectores, aunque la adopción de estas tecnologías aún está en una etapa inicial (Coyote, 2023).

4.7 Ventajas del uso de ChatGPT en el Periodismo

4.7.1 Generación de Texto

Una de las aplicaciones más destacadas de ChatGPT es la generación de texto coherente y natural. Este modelo puede crear historias, artículos o respuestas a preguntas, lo que lo convierte en una herramienta valiosa para escritores, periodistas y creadores de contenido (Ortiz, s.f.). La capacidad de generar texto de alta calidad a partir de indicaciones simples ha revolucionado la forma en que se produce el contenido, permitiendo a los profesionales ahorrar tiempo y esfuerzo.

4.7.2 Mejorar la Precisión de los Motores de Búsqueda

Al comprender el contexto y la intención de las consultas de los usuarios, proporcionando resultados más relevantes y precisos. Esto optimiza la experiencia del usuario al buscar información en línea, ya que pueden obtener respuestas más específicas y útiles a sus preguntas (Ortiz, s.f.)

4.7.3 Desarrollo de Chatbots

Otra aplicación importante de ChatGPT es el desarrollo de chatbots que pueden mantener conversaciones naturales con los usuarios, respondiendo a sus preguntas de manera coherente y precisa. Esto es especialmente útil en servicios de atención al cliente y en aplicaciones de mensajería, donde la capacidad de interactuar de manera efectiva

con los usuarios puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa (Ortiz, s.f.).

4.7.4 Mejorar el Procesamiento del Lenguaje Natural

ChatGPT también mejora el procesamiento del lenguaje natural en diversas aplicaciones, como la traducción automática o la detección de emociones en un texto. Estas capacidades son cruciales para desarrollar herramientas más intuitivas y eficaces en la comunicación humana, permitiendo una mejor comprensión y respuesta a las necesidades de los usuarios (Ortiz, s.f.).

4.8 Desventajas del uso de ChatGPT en el periodismo

4.8.1 Calidad y Precisión del Contenido

Uno de los principales desafíos del uso de la IA en el periodismo es garantizar la calidad y precisión del contenido generado. Aunque las herramientas como ChatGPT pueden producir texto de manera eficiente, todavía pueden cometer errores o generar información inexacta. Es crucial que los medios de comunicación implementen procesos de revisión y verificación para asegurar que el contenido sea fiable y preciso.

4.8.2 Transparencia y Supervisión

La transparencia en el uso de la IA es esencial para mantener la confianza del público. Los medios de comunicación deben ser claros sobre cómo y cuándo se utilizan herramientas de IA en la creación de contenido. Además, la supervisión humana sigue siendo crucial para garantizar que los resultados generados por la IA sean precisos, éticos y alineados con los estándares editoriales. La IA puede ayudar a automatizar y agilizar procesos, pero siempre debe haber una revisión y un control humano para garantizar la calidad y la integridad del contenido.

4.8.3 Impacto en el Empleo

La adopción de la IA en el periodismo y otros campos plantea preguntas importantes sobre el impacto en el empleo. Si bien la IA puede aumentar la eficiencia y productividad, también puede reemplazar ciertas tareas que tradicionalmente han sido realizadas por humanos. Es fundamental que las organizaciones y los profesionales se adapten a estos cambios, desarrollando nuevas habilidades y roles que complementen las capacidades de la IA. La educación y la formación continua serán clave para asegurar que los profesionales puedan trabajar eficazmente junto a la IA.

4.8.4 Artículos Escritos por ChatGPT

La editora en jefe de CNET, Connie Guglielmo, reconoció la necesidad de corregir varios artículos escritos por IA debido a errores. Este experimento demostró que, aunque ChatGPT puede ser una herramienta valiosa en las salas de redacción, requiere una supervisión cuidadosa para garantizar la precisión y la calidad del contenido (Urrea, 2023). A pesar de los desafíos, el uso de IA en la redacción de noticias ofrece oportunidades significativas para mejorar la eficiencia y la productividad en las organizaciones de noticias.

4.9 Estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital

Se analizó cómo la inteligencia artificial (IA) está revolucionando el periodismo en España a través de tres etapas: recopilación de información, creación de contenidos y distribución. Aunque la inteligencia artificial ofrece importantes mejoras en eficiencia y personalización, su implementación aún se encuentra en una fase experimental, especialmente en los servicios audiovisuales públicos. Estos estudios resaltan la necesidad de una adaptación organizacional y la inclusión de la inteligencia artificial en la educación periodística. También enfatizaron la importancia de mantener la ética periodística frente a los desafíos que plantea la automatización, como la dependencia de métricas y la posible manipulación de la información. Para garantizar que la IA beneficie al periodismo, es fundamental reformar los códigos éticos y adaptar las prácticas profesionales para garantizar que la tecnología mejore la calidad de la información y no amenace la función social del periodismo (Quian & García, 2024).

4.9.1 Vinculación de la Asistencia de IA ChatGPT con las Habilidades Comunicativas.

La asistencia de la inteligencia artificial, especialmente a través de modelos como ChatGPT, está estrechamente relacionada con el desarrollo de habilidades comunicativas. Estas herramientas mejoran la calidad de su escritura con corrección de errores y sugerencias de estilo, lo que da como resultado un texto más claro y preciso. Además, estimulan la creatividad generando nuevas ideas y métodos de contenido, y fomentan la retroalimentación y el aprendizaje continuo al brindar evaluación inmediata y sugerencias de mejora. También apoyan la adaptación del contenido a diferentes formatos y audiencias, y pueden usarse para la capacitación y educación de habilidades comunicativas, proporcionando práctica interactiva y seguimiento del progreso. Juntas,

estas características permiten a los comunicadores mejorar sus habilidades y crear contenido más efectivo y atractivo.

4.9.2 Consideraciones Éticas

Responsabilidad y Uso Adecuado: la ética es fundamental en el uso de la inteligencia artificial, especialmente en los medios de comunicación. Es crucial que los redactores utilicen estas herramientas de manera responsable, sin comprometer sus habilidades ni la integridad del contenido (Román, 2023). La IA debe ser utilizada para asistir y no reemplazar a los profesionales, fomentando siempre el pensamiento crítico. Con un uso adecuado, ChatGPT puede convertirse en un asistente educativo personal poderoso.

Otro desafío importante es la ética y el sesgo en el uso de la IA. Los algoritmos de IA pueden reflejar los sesgos presentes en los datos con los que fueron entrenados, lo que puede resultar en la perpetuación de prejuicios y estereotipos. Los medios de comunicación deben ser conscientes de estos riesgos y trabajar para mitigar el sesgo en sus herramientas de IA, asegurando que la tecnología se utilice de manera justa y equitativa.

4.10 Futuro de ChatGPT en la Comunicación Periodística

Es muy prometedor la inteligencia artificial cada vez se va adaptando a generar contenido más rápido, realizar análisis de datos más profundos y ofrecer experiencias personalizadas para los lectores. (RECLA, 2023). La combinación de la creatividad y el juicio humano con la velocidad y la precisión de la IA tienen el potencial de transformar radicalmente el campo del periodismo, con herramientas como ChatGPT que contribuye a la generación de texto, mejora los motores de búsqueda, desarrolla conversaciones o de chatbots y el procesamiento del lenguaje natural han demostrado ser valiosas para diversas industrias, incluido el periodismo mejorando la eficiencia y la calidad de la información. Sin embargo, es crucial abordar las consideraciones éticas y mantener la supervisión humana para garantizar el contenido de la información la precisión, a medida que avanzamos en la era digital, la inteligencia artificial continuará desempeñando un papel clave en la evolución de la comunicación y el periodismo, ofreciendo nuevas oportunidades y desafíos para los profesionales del sector.

5. Metodología

5.1 Área de Estudio

La investigación se llevará a cabo en Loja, Ecuador, enfocándose en tres medios de comunicación digital locales: Lo del Momento Loja, Primer Reporte y Hora32.

5.2 Procedimiento

Aplicando el método deductivo e inductivo es decir de lo general a lo particular se realiza un análisis de como la IA ha influencia en el campo de la comunicación y el periodismo a nivel mundial, Latinoamérica, Ecuador y por último en el campo Local. Para obtener una visión más amplia y completa del objeto de estudio, se utilizará una metodología mixta que combinará enfoques cualitativos y cuantitativos.

5.2.1 Enfoque Metodológico

Este proyecto de investigación empleará una metodología mixta.

Cualitativo: Se investigará la inteligencia artificial y su relación con la creación de noticias, explorando percepciones, opiniones y experiencias de personas involucradas en el tema. Se realizarán entrevistas en profundidad con editores y redactores de los medios digitales mencionados, además de llevar a cabo análisis de contenido cualitativo de las noticias generadas.

Cuantitativo: Se recopilarán y analizarán datos numéricos como estadísticas sobre la frecuencia de uso de algoritmos en la generación de noticias, la precisión de los resultados y la aceptación pública de noticias generadas por inteligencia artificial mediante encuestas estructuradas.

5.2.2 Alcance de la Investigación

La investigación se diseñará de forma transversal y no experimental, cumpliendo con estudios descriptivos, exploratorios y analíticos.

5.3 Métodos

5.3.1 Descriptivo

Este método se centrará en proporcionar una descripción detallada de fenómenos específicos relacionados con la inteligencia artificial y su relación con la producción de

noticias. Esto implica analizar y presentar datos existentes para comprender mejor patrones, tendencias y características.

5.3.2 Exploratorio

Se busca investigar y descubrir nuevas ideas, preguntas o áreas de interés en el campo de la inteligencia artificial. Se centrará en la exploración de conceptos, teorías o métodos innovadores para obtener una comprensión más profunda y generar hipótesis para investigaciones futuras.

5.3.3 Analítico

Se analizarán comparativamente las noticias creadas por humanos y las generadas por algoritmos para identificar diferencias significativas en estilo, estructura o enfoque temático, proporcionando así una comprensión más detallada de la influencia de la inteligencia artificial en la producción de noticias.

5.4 Fases del Estudio

5.4.1 Fase Conceptual o Teórica

Esta fase se centra en revisar y comprender los principios teóricos que fundamentan el uso de inteligencia artificial en la producción de noticias. Se explorarán conceptos clave como algoritmos de generación de contenido y su impacto en la calidad y veracidad de la información.

5.4.2 Fase de Diseño de la Investigación

Durante esta fase, se diseñará un plan detallado para la recolección y análisis de datos, asegurando que todos los métodos utilizados sean apropiados para abordar las preguntas de investigación planteadas.

5.4.3 Fase de Ejecución de Herramientas

Aquí se llevará a cabo la recolección de datos según el diseño establecido, incluyendo la tabulación y codificación de información relevante para llevar a cabo análisis posteriores.

5.4.4 Fase de Análisis de los Resultados

Se analizarán los datos obtenidos de manera exhaustiva para extraer conclusiones fundamentadas y validadas, las cuales servirán como base para las recomendaciones y

conclusiones finales del estudio.

5.5 Técnicas

5.5.1 Análisis Documental

Se revisarán y analizarán documentos y estudios previos sobre el uso de inteligencia artificial en la creación de noticias.

5.5.2 Entrevistas

Se realizarán entrevistas con expertos en redacción y edición de los tres medios digitales de la provincia de Loja. Esto incluirá a periodistas y cronistas para obtener opiniones y percepciones sobre la influencia de la inteligencia artificial en la creación de noticias.

5.5.3 Estudio de Caso

A través del marco teórico explicar un caso sobre un estudio comparativo entre un medio tradicional y otro digital que hayan utilizado inteligencia artificial para mejorar el proceso de creación y redacción de noticias.

5.5.4 Observación

Observar si en los medios de la ciudad de Loja utilizan la inteligencia artificial en tareas o procesos específicos al momento de redactar una noticia.

5.6 Instrumentos

5.6.1 Encuestas

Se diseñarán encuestas en línea o físicas para recopilar datos cuantitativos sobre la preferencia del público, la confiabilidad percibida y las actitudes hacia las noticias generadas por inteligencia artificial.

5.6.2 Análisis de las Tablas de Contenido

Las tablas facilitan la organización y análisis eficiente de datos cualitativos, como por ejemplo las entrevistas realizadas lo que permite organizar y analizar grandes cantidades de datos cualitativos, para comprender mejor la investigación.

5.6.3 Análisis de las Tablas de Contenido

Las tablas facilitan la organización y análisis eficiente de datos cualitativos, como por ejemplo las entrevistas realizadas lo que permite organizar y analizar grandes cantidades de datos cualitativos, para comprender mejor la investigación.

5.6.4 Validación de Instrumentos

Se garantizará la confiabilidad y validez de los datos recopilados a través de la validación de los instrumentos utilizados, para la medición de variables relevantes para la investigación

5.6.5 Explicación del Procesamiento de los Datos

Se detallará el procesamiento de los datos para asegurar conclusiones válidas y tomar decisiones informadas basadas en la evidencia y transparencia en este proceso es crucial para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados.

5.7 Población – Muestra

La población de la provincia de Loja es de 485,421 habitantes según el Censo Ecuador 2022. De estos, 250,028 personas viven en la cabecera cantonal de Loja, con una edad mediana de 34 años. El 42% de esta población tiene una edad entre 18 a 40 años, lo que equivale a 105,011 personas, de aquí se sacara una muestra de las personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias, realizadas por los medios de comunicación de la ciudad de Loja, exactamente Lo del momento Loja, Hora32 y Primer Reporte y otro medio digital.

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parametro	Insertar Valor
N	105.011
Z	1,960
P	50,00%
Q	50,00%
e	5,00%

Tamaño de muestra

"n" =

382,76

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

5.8 Autorización de Identidad

Se solicitarán las autorizaciones respectivas tanto a periodistas como a expertos en inteligencia artificial para adquirir información valiosa que permita explicar, contextualizar y complementar los resultados de la presente investigación.

6. Resultados

Resultado de la entrevista al Lic. de comunicación: **Omar González** del medio de comunicación **HORA32** de la **cuidad de Loja**, desempeña el cargo de editor y la creación de la multimedia del canal.

Omar González enfatizó que si bien la inteligencia artificial (IA) está ganando popularidad en los medios internacionales, su uso es más limitado en países donde la tecnología se desarrolla más lentamente. En países desarrollados como Japón y Estados Unidos la inteligencia artificial se utiliza tanto para generar hosts virtuales como para escribir noticias basadas en datos específicos (como eventos deportivos). González enfatizó que la ética periodística es personal, y si bien la inteligencia artificial puede acelerar ciertas tareas, no puede reemplazar la calidez humana y la perspectiva única que los periodistas aportan a las noticias. La inteligencia artificial puede ser una herramienta útil, pero debe manejarse con cuidado para evitar un uso indebido que pueda comprometer la calidad y la ética del periodismo. A pesar de las ventajas tecnológicas, cree que la inteligencia humana sigue siendo indispensable para crear contenidos auténticos y emocionales. Además, mencionó que la implementación de la inteligencia artificial depende del entorno y la cercanía a la comunidad, especialmente en comunidades más pequeñas como Loja.

Resultado de la entrevista a la Lic. de comunicación: **Jessica Valle** del medio de comunicación **Primer Reporte** de la **cuidad de Loja**, desempeña el cargo de periodista y redactora de noticias del medio de comunicación.

Jessica Valle reconoce la importancia y el auge de la inteligencia artificial en el periodismo. Aunque todavía no se utiliza mucho en su entorno, cree que la inteligencia artificial puede ser una herramienta clave para acelerar la redacción de noticias y salvarnos de problemas en situaciones de emergencia. Sin embargo, enfatizó que la verificación de la información aún se realiza mejor utilizando métodos tradicionales para garantizar la precisión. Valle expresó su preocupación por el posible impacto en la ética periodística, ya que el uso de inteligencia artificial puede socavar las identidades y narrativas personales de los periodistas. También señaló que el público puede notar un cambio en el estilo y la calidez de las noticias generadas por la IA. Al reconocer que la inteligencia artificial es una innovación inevitable, Valle cree que equilibrar la tecnología y la humanidad es importante en el periodismo y está dispuesta a invertir en

capacitación para integrar de manera efectiva y ética la inteligencia artificial en su medio.

Resultado de la entrevista al Lic. en Relaciones Publicas: **John S. Lafebre** del medio de comunicación **Lo del Momento Loja** de la **cuidad de Loja**, desempeña el cargo de periodista y dueño del medio de comunicación.

John S. Lafebre ha expresado interés en la tendencia de la IA, pero su empresa aún tiene que tomar una decisión firme sobre si implementarla. Los principales obstáculos son la falta de conocimiento y control completo sobre la tecnología. Lafebre cree que, si bien herramientas como ChatGPT pueden proporcionar resúmenes y respaldar la creación de noticias históricas, no sustituyen los informes de noticias diarios y de actualidad que requieren información inmediata y específica. Señaló que la inteligencia artificial se puede utilizar en la creación de contenidos visuales y en la gestión de datos históricos, pero enfatizó que la información en tiempo real y las entrevistas cara a cara son indispensables. Lafebre está dispuesta a invertir en formación para comprender mejor la inteligencia artificial antes de tomar decisiones financieras importantes. Destaca la importancia de mantener los formatos actuales y crear contenidos propios mientras se exploran las posibilidades de la inteligencia artificial.

Resultado de la entrevista al **experto en inteligencia artificial**, realidad aumentada y realidad virtual: **Christian Zurita**, vicepresidente de Digital & Media en BeFlaming de Innovación y Medios.

Christian Zurita explica que la inteligencia artificial está cambiando las redacciones al automatizar tareas rutinarias como la recopilación de datos, la generación de informes básicos y la personalización de contenidos. La inteligencia artificial también puede ayudar a los periodistas a analizar rápidamente grandes cantidades de información. Sin embargo, Zurita cree que la creatividad, el bagaje cultural y la capacidad de análisis en profundidad de los periodistas humanos no pueden ser superados por la inteligencia artificial, y la colaboración de ambos puede enriquecer el contenido. Recomendó herramientas de inteligencia artificial como GPT4, Aylien, Wordsmith, Dataminr y Quill para ayudar a los periodistas en su trabajo. Zurita advirtió que la inteligencia artificial podría amenazar la libertad de prensa y la independencia editorial si no se utiliza de manera transparente y responsable. Finalmente, alentó a los periodistas a adoptar la inteligencia artificial como una poderosa herramienta que complementa su trabajo, permitiéndoles centrarse en tareas más significativas y valiosas.

6.1 Resultado de las encuestas

Para obtener la opinión de las personas sobre el uso de la inteligencia artificial en la creación y redacción de noticias en los medios digitales de Loja se ha considerado la formula finita, la información recolocada es la siguiente:

Tabla 1

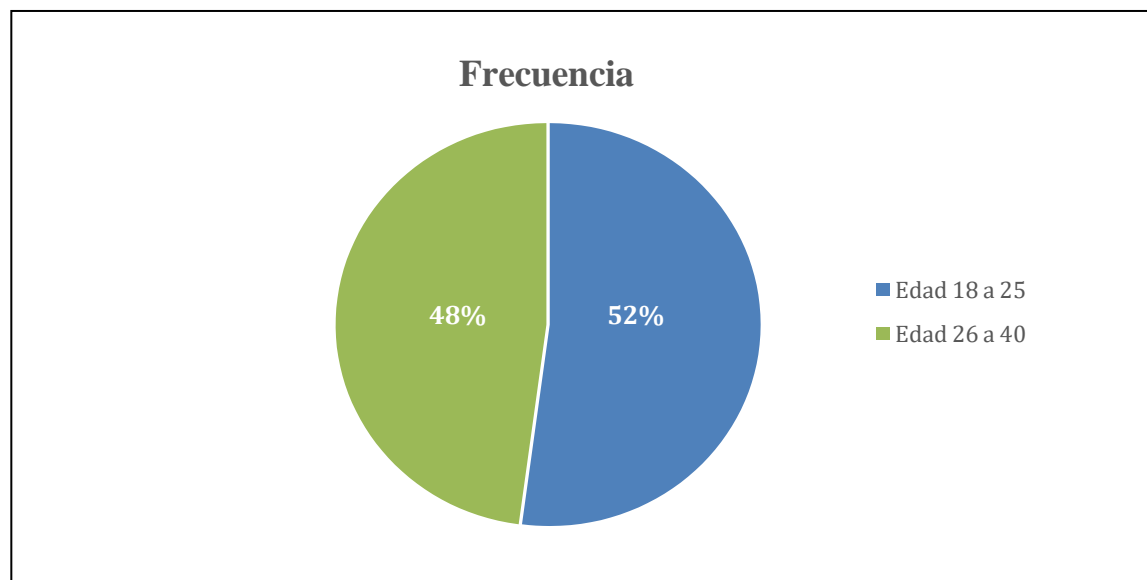
Edad de las personas encuestadas

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
1. ¿Qué edad tienes?	Grupo 1	198 personas tienen edad entre 18 a 25 años	52%
	Grupo 2	198 personas tienen edad entre 26 a 40 años	48%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 1

Edad de las personas encuestadas



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: la revela encontró que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para obtener información, el 52% tiene entre 18 y 25 años, y el 48% tiene entre 26 y 40 años. Esta distribución equilibrada muestra que los medios digitales son igualmente importantes para ambos grupos. La mayoría de los usuarios adultos

jóvenes enfatizan su inclinación por utilizar los medios digitales, mientras que un número significativo de adultos de mediana edad muestran su relevancia para una audiencia amplia. Esto significa que las estrategias de contenido digital deben satisfacer las necesidades e intereses de ambos grupos para maximizar el impacto y la retención de la audiencia.

Tabla 2

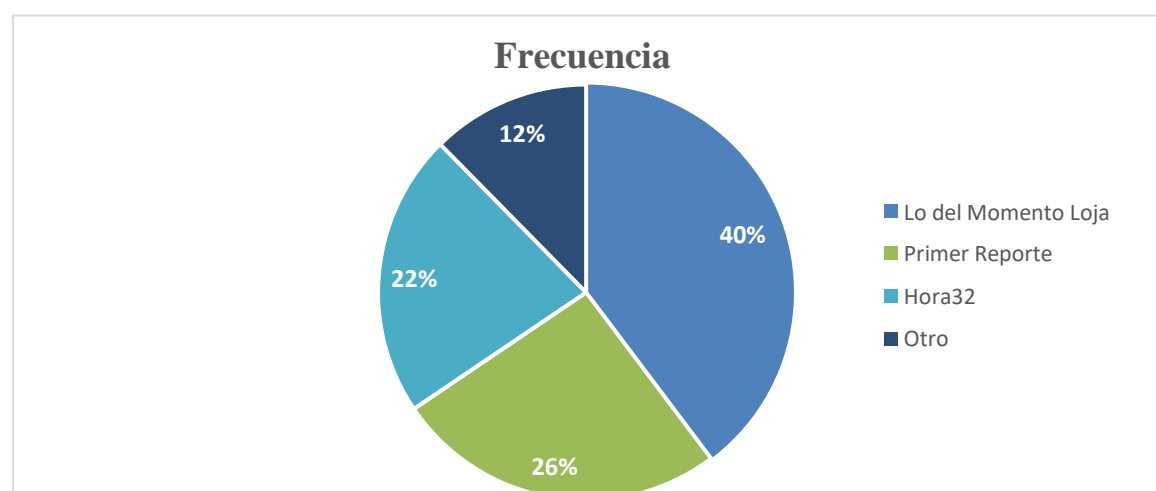
Medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
2. ¿Cuál es medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias?	Lo del Momento Loja	151 personas consumen noticias del medio de comunicación LDM.	40%
	Primer Reporte	98 personas consumen noticias del medio de comunicación Primer reporte.	26%
	Hora32	84 personas consumen noticias del medio de comunicación Hora32	22%
	Otro	84 personas consumen noticias del medio de otros medios de comunicación.	12%
	Total	380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 2

Medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan medios digitales para obtener información, el 40% eligió "Lo del Momento Loja", seguido por el 26% de "Primer Reporte " y el 22% de "Hora32". El 12% de las personas obtiene información a través de otros medios digitales. Estos datos muestran que el medio digital más popular entre los encuestados es "Lo del Momento Loja", seguido de "Primer Reporte" y "Hora32". La preferencia por Lo del Momento Loja demuestra mayor liderazgo en captación de audiencia, mientras que la proporción significativa del uso de otros medios refleja la diversidad de fuentes de noticias digitales.

Tabla 3

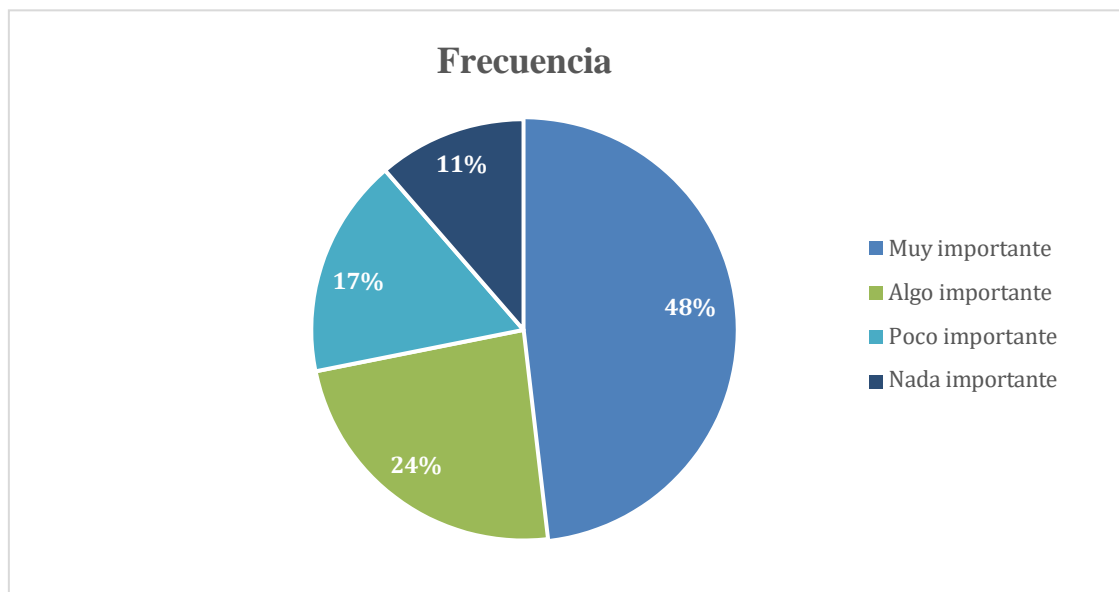
La importancia de saber si una noticia fue escrita por una inteligencia artificial o un humano

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
3. ¿Cuán importante es para ti saber que una noticia fue creada por un periodista humano en lugar de una Inteligencia Artificial?	Muy importante	151 personas consumen noticias del medio de comunicación LDM	48%
	Algo importante	98 personas consumen noticias del medio de comunicación Primer reporte	24%
	Poco importante	84 personas consumen noticias del medio de comunicación Hora32	17%
	Nada importante	84 personas consumen noticias del medio de otros medios de comunicación	11%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 3

La importancia de saber si una noticia fue escrita por una inteligencia artificial o un humano



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para enterarse de las noticias, el 48% piensa que es muy importante saber que las noticias son creadas por reporteros humanos y no por inteligencia artificial, el 24% piensa que es algo importante y el 17% poco importante y el 11% nada importante. Los datos muestran que casi la mitad de los encuestados valora mucho la autoría humana en las noticias y una cuarta parte la aprecia. Sin embargo, a una minoría (28%) le importa poco o nada la diferencia entre las noticias generadas por humanos y las generadas por IA, lo que refleja puntos de vista diferentes sobre la importancia de la autoría en el consumo de noticias digitales.

Tabla 4

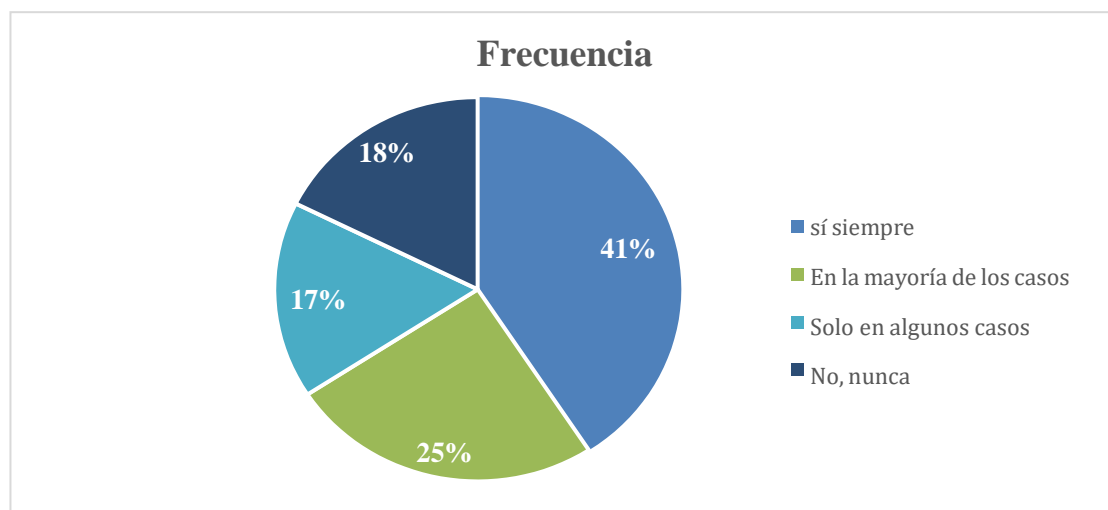
Influencia de la inteligencia artificial en la ética y la redacción periodística.

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
4. ¿Crees que la inteligencia artificial puede afectar la ética de un periodística al momento de redactar o crear una noticia?	Si, siempre	155 personas creen que si afecta la ética periodística	41%
	En la mayoría delos casos	95 personas creen que en la mayoría de los casos afecta la ética periodística	25%
	Solo en algunos casos	63 personas creen que solo en algunos casos puede afectar la ética periodística	17%
	No, nunca	12 personas creen que nunca a afectar la inteligencia artificial en la ética periodística	18%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 4

Influencia de la inteligencia artificial en la ética y la redacción periodística.



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para obtener información, el 41% cree que la inteligencia artificial siempre afectará la ética del periodismo al crear noticias, el 25% cree que así será la mayor parte del tiempo y el 17% solo en algunos casos, mientras que el 18% pensó que nunca afectaría. Estos resultados muestran que la mayoría de los encuestados (66%) tienen serias preocupaciones sobre el impacto de la IA en la ética periodística, mientras que una minoría (34%) cree que la IA tendrá un impacto limitado o nulo en la ética, lo

que refleja una existencia amplia pero inconsistente de este tema.

Tabla 5

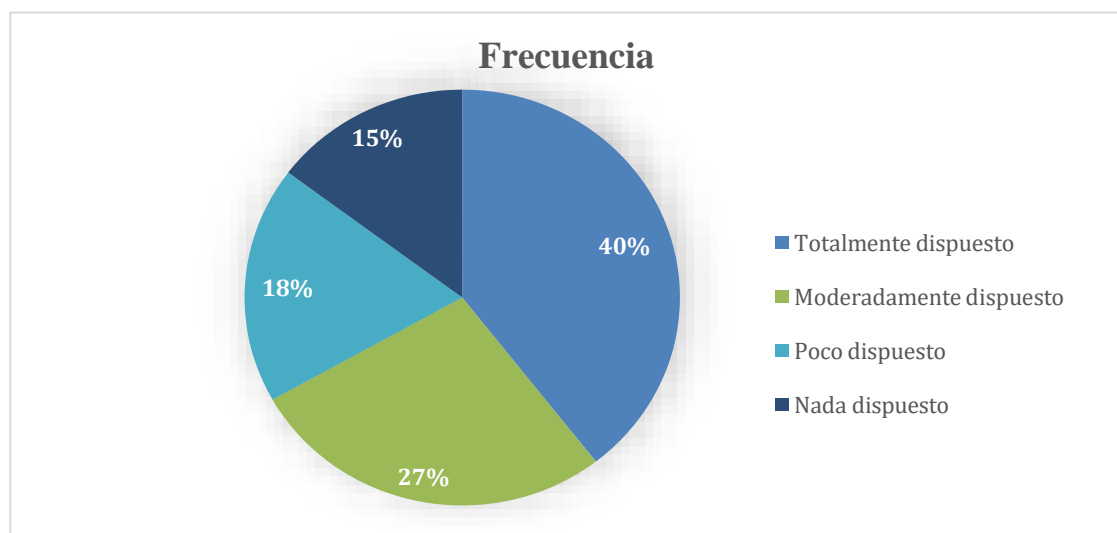
Confianza en noticias generadas por inteligencia artificial de fuentes confiables.

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
5. ¿Estás dispuesto a confiar en las noticias generadas por inteligencia artificial si provienen de una fuente confiable?	Totalmente dispuesto	150 personas están dispuestas a confiar	39%
	Moderadamente dispuesto	104 personas están moderadamente dispuestas a confiar	27%
	Poco dispuesto	70 personas están poco dispuestas a confiar en este tipo de noticias	18%
	Nada dispuesto	56 personas no están dispuestas a confiar	15%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 5

Confianza en noticias generadas por inteligencia artificial de fuentes confiables.



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para informarse, el 39% está completamente dispuesto a creer en noticias generadas por inteligencia artificial si la fuente es confiable, el 27%

está moderadamente dispuesto, el 18% poco dispuesto y el 15% no está dispuesto, Esto indica que una mayoría significativa del (66%) de los encuestados expresa cierta confianza en las noticias generadas por IA, mientras que un tercio (33%) es más escéptico, lo que refleja tanto aceptación como desconfianza en su uso.

Tabla 6

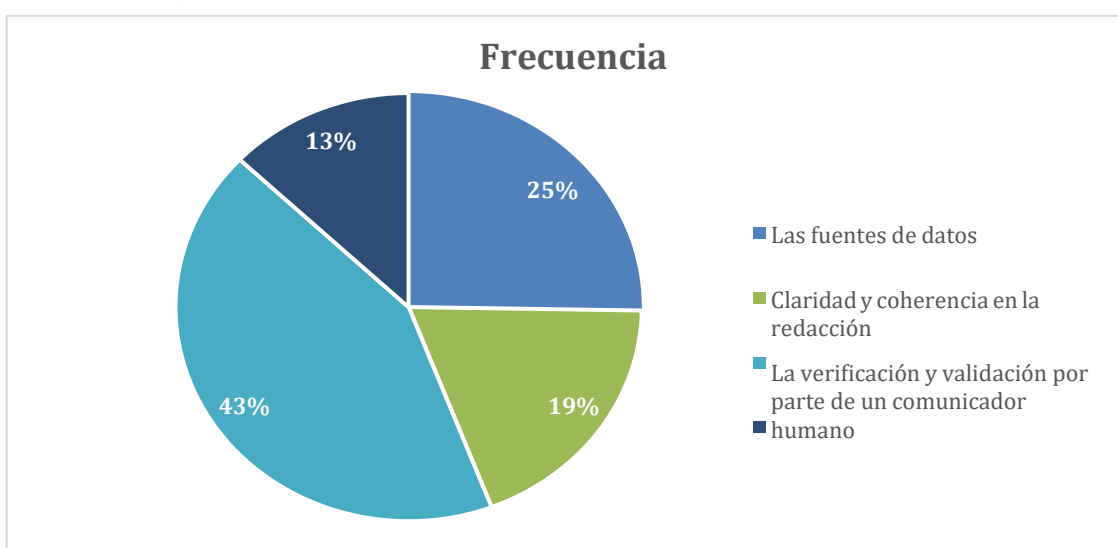
Aspecto clave para determinar la confiabilidad de noticias de inteligencia artificial.

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
6. ¿Al evaluar la confiabilidad de una noticia generada por inteligencia artificial, ¿Qué aspecto consideras más importante?	La, fuente de datos utilizados	96 personas consideran que son los datos utilizados	25%
	Claridad y coherencia en la redacción	72 personas creen es la claridad y coherencia	19%
	La verificación y validación por parte de un comunicador humano	163 personas confían en las noticias siempre y cuando haya sido supervisado por un comunicador humano	43%
	Ninguna de los anteriores	49 personas no confían en ninguna de estas fuentes	13%
	Total		380

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 6

Aspecto clave para determinar la confiabilidad de noticias de inteligencia artificial.



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan medios digitales para obtener información confían en las noticias generadas por inteligencia artificial siempre que hayan sido verificadas y autenticadas por comunicadores humanos. El 25% confía en la fuente utilizada, el 19% cree que la claridad y la coherencia en la escritura son importantes y el 13% no confía en ninguno de estos factores. Esto sugiere que la verificación humana es el factor más importante para confiar en las noticias generadas por IA, seguida de la calidad de los datos y la redacción, mientras que una minoría se muestra generalmente escéptica con respecto a la IA en el periodismo.

Tabla 7

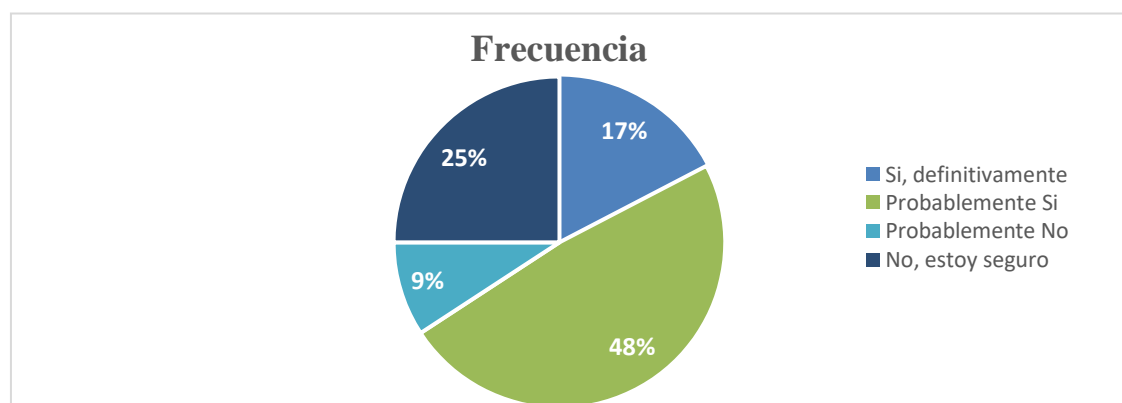
Las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la difusión de información.

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
7. ¿Crees que las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la difusión de información?	Si, definitivamente	66 personas consideran que sí, definitivamente aceleran la difusión	17%
	Probablemente Si	184 personas consideran que probablemente Sí, aceleran la difusión	48%
	Probablemente No	35 personas consideran que probablemente No, aceleran la difusión	9%
	No, estoy seguro	95 personas no están seguras	25%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 7

Las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la difusión de información.



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para obtener información, el 17% cree que las noticias creadas por inteligencia artificial definitivamente acelerarán la difusión de información, el 48% cree que puede acelerar la difusión de información y el 9% cree que es posible, y el 25% no está seguro. Muestra que la mayoría de las personas (65%) son optimistas sobre el potencial de la IA para acelerar la entrega de noticias, mientras que menos (34%) se muestran escépticas o indecisas sobre su impacto, lo que refleja las opiniones de las personas sobre el papel de la IA. inteligencia Positivo, pero no unánime, sobre el papel de la inteligencia artificial en la velocidad de difusión de la información.

Tabla 8

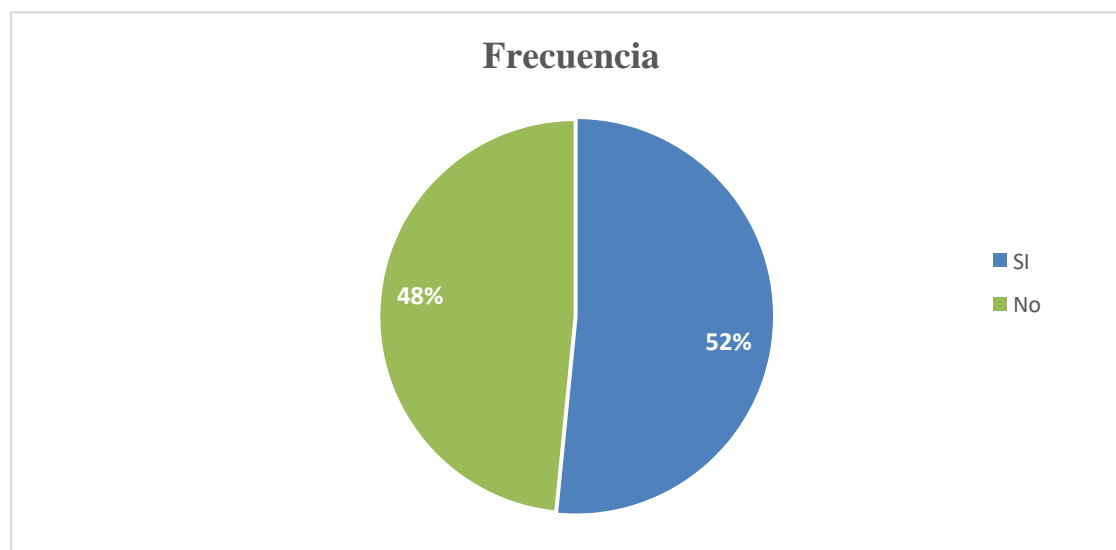
La inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas a futuro

Pregunta	Variable	Frecuencia	Porcentaje
8 ¿Crees que en el futuro la inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas al momento de generar una noticia?	Si	196 consideran que a futuro la inteligencia artificial podría reemplazar el trabajo de los periodistas	52%
	No	184 consideran que a futuro la inteligencia artificial no podría reemplazar el trabajo de los periodistas	48%
Total		380	100%

Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Gráfico 8

La inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas a futuro



Fuente: encuestas a personas que utilizan medios digitales para informarse sobre noticias

Análisis e interpretación: La encuesta muestra que de las 380 personas que utilizan los medios digitales para obtener información, el 52% cree que la inteligencia artificial puede sustituir el trabajo de los periodistas en el futuro, mientras que el 48% no lo cree así. Estos resultados muestran una división casi igual en las opiniones de los encuestados, lo que refleja preocupaciones significativas sobre el potencial de la inteligencia artificial para reemplazar a los periodistas, así como la confianza en la sostenibilidad del papel humano en el periodismo.

7. Discusión

El propósito de esta discusión es comparar y contrastar los resultados de las entrevistas y encuestas con los objetivos específicos y el marco teórico para investigar el impacto de ChatGPT en el desarrollo de habilidades comunicativas, las opiniones de los ciudadanos y su uso en la redacción de noticias. El impacto de ChatGPT en el desarrollo de habilidades comunicativas.

El primer objetivo específico es analizar el impacto de ChatGPT en el desarrollo de habilidades comunicativas. Los resultados de las entrevistas y encuestas muestran que los periodistas de Loja consideran ChatGPT como una herramienta que puede mejorar significativamente la eficiencia y precisión de la información periodística. Esto está en línea con un marco teórico que enfatiza que las tecnologías de inteligencia artificial pueden ayudar con las tareas cotidianas, permitiendo a los profesionales dedicar más tiempo a actividades que requieren creatividad y juicio humano. Sin embargo, algunos periodistas han expresado su preocupación por una posible dependencia excesiva de la inteligencia artificial, que podría conducir a un estancamiento en el desarrollo de sus propias habilidades comunicativas. La literatura también sugiere que, si bien la IA puede ayudar en la generación de contenidos, el valor añadido de la creatividad humana y el pensamiento crítico es insustituible. Implicaciones para la autenticidad, la ética y la integridad.

El segundo objetivo específico se centra en investigar cómo afecta la integración de ChatGPT a la autenticidad, ética y veracidad de las opiniones de los ciudadanos. Los resultados mostraron que, si bien ChatGPT puede generar contenido rápidamente, a los periodistas de Loja les preocupa la precisión y autenticidad de la información proporcionada por la inteligencia artificial. Esto está en línea con marcos teóricos que citan los riesgos asociados con el uso de inteligencia artificial en el periodismo, particularmente la difusión de información incorrecta o sesgada. La ética periodística y la autenticidad de la información son los principales pilares del periodismo, y los entrevistados enfatizaron la necesidad de una verificación manual rigurosa. Este hallazgo muestra que, si bien ChatGPT puede ser una herramienta poderosa, debe usarse con precaución y bajo la estricta supervisión de profesionales experimentados para mantener la confianza del público. Comparación entre ChatGPT y los métodos de mensajería tradicionales.

El tercer objetivo específico es explicar el impacto del uso de ChatGPT en la redacción de noticias en comparación con los métodos tradicionales. Los resultados muestran que la mayoría de los periodistas creen que ChatGPT puede complementar su trabajo proporcionando borradores y sugerencias rápidos, acelerando así el proceso de redacción. Sin embargo, muchos insisten en que los métodos tradicionales que implican una investigación profunda y un análisis crítico siguen siendo esenciales para crear contenido relevante y de alta calidad. Comparar y contrastar estos resultados con marcos teóricos muestra que, si bien la IA puede mejorar la eficiencia, la calidad y la profundidad del contenido creado por métodos tradicionales, aún supera al contenido generado por IA. La tecnología debe verse como una herramienta complementaria al periodismo tradicional, no como un reemplazo completo. Este equilibrio es necesario para garantizar que el contenido producido no sólo sea rápido y eficiente, sino también preciso, ético y auténtico. La integración de ChatGPT en el periodismo presenta tanto oportunidades como desafíos. Por un lado, mejora la eficiencia y precisión de la redacción de noticias, permitiendo a los periodistas centrarse en tareas más complejas y creativas. Por otro lado, plantea importantes cuestiones de ética, autenticidad y precisión. Los periodistas de Loya ven ChatGPT como una herramienta que puede complementar su trabajo, pero enfatizan que se necesita supervisión humana para garantizar la calidad del contenido. Es fundamental que los profesionales de los medios y las noticias adopten un enfoque equilibrado al integrar la tecnología de inteligencia artificial en sus procesos. La formación y actualización continua de habilidades comunicativas y éticas es fundamental para garantizar el uso responsable y eficaz de la inteligencia artificial. Además, la verificación rigurosa de la información y la veracidad deben seguir siendo prioridades máximas para mantener la confianza del público. Finalmente, la discusión resalta la importancia de la reflexión ética continua al implementar tecnologías avanzadas en el periodismo. La inteligencia artificial, como ChatGPT, puede transformar el periodismo, pero su uso debe gestionarse con cuidado para evitar información errónea y mantener los estándares éticos y de calidad esenciales para la industria.

8. Conclusiones

El uso de ChatGPT en la redacción de noticias ha mejorado significativamente la eficiencia y precisión de los periodistas. La inteligencia artificial permite automatizar tareas rutinarias, liberando tiempo para que los profesionales se concentren en aspectos más complejos y creativos de la escritura. Esto no sólo acelera el proceso de producción de noticias, sino que también puede mejorar la calidad del contenido final, siempre que exista suficiente supervisión humana para garantizar la precisión y veracidad de la información generada.

Si bien ChatGPT puede ser una herramienta valiosa, su uso plantea serios problemas con respecto a la autenticidad y precisión de los mensajes. Sin una supervisión adecuada, la inteligencia artificial puede generar contenido que puede ser inexacto o engañoso. Enfatiza la importancia de la intervención humana para verificar los hechos y garantizar que la información difundida al público sea precisa y ética. Si estas medidas no se aplican estrictamente, la confianza del público en los medios puede verse afectada negativamente.

La integración de ChatGPT en el periodismo resalta la necesidad de un cuidadoso equilibrio entre el uso de tecnología avanzada y el desarrollo continuo de las habilidades de las personas. Si bien la inteligencia artificial puede manejar eficazmente tareas repetitivas y con gran cantidad de datos, aspectos clave de la creatividad, el juicio ético y la sensibilidad cultural todavía dependen de los periodistas. Este equilibrio es esencial para garantizar que el contenido producido no sólo sea eficaz y preciso, sino también relevante y ético.

9. Recomendaciones

La capacitación continua es esencial para que los periodistas de inversiones utilicen herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT de manera efectiva y ética. El plan de estudios debe centrarse en desarrollar habilidades técnicas para trabajar con inteligencia artificial, así como en fortalecer los principios de ética y verificación. Esta inversión en desarrollo profesional garantizará que los periodistas puedan integrar la inteligencia artificial en sus flujos de trabajo sin comprometer la calidad y la integridad del periodismo que producen.

Deben establecerse y mantenerse protocolos estrictos de seguimiento del contenido generado por IA. Esto incluye la creación de un equipo de verificación dedicado para revisar y verificar la información antes de su publicación. La implementación de estos protocolos es esencial para garantizar la precisión, autenticidad y responsabilidad ética periodística, protegiendo así la confianza del público en los medios.

Para identificar nuevas oportunidades y desafíos, es fundamental promover la investigación continua sobre el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo. Esto incluye el establecimiento de un comité de ética y un programa de reflexión continua para evaluar las prácticas actuales y desarrollar nuevas estrategias para el uso responsable de la inteligencia artificial. Fomentar una cultura de ética y transparencia ayudará a garantizar el uso de tecnología avanzada en el periodismo en línea con los valores fundamentales de la industria.

10. Bibliografía

1. Asamblea Nacional. (2024, 20 de junio). Promover y regular el uso de la Inteligencia Artificial en el Ecuador es la propuesta de Patricia Núñez. <https://acortar.link/NjIv5f>
2. Cacheiro González, M. L. (2018). Educación y tecnología: Estrategias didácticas para la integración de las TIC. UNED. <https://acortar.link/r1llyV>
3. Censo Ecuador. (2022). Obtenido de <https://www.censoecuador.gob.ec/ecuadormap/>
4. Codina, L. (2023, 10 de octubre). Cómo utilizar ChatGPT en el aula con perspectiva ética y pensamiento crítico: Una proposición para docentes y educadores. El componente global: La ética. <https://www.lluiscodina.com/chatgpt-educadores/>
5. Coelho, F. (2020). Metodología de la investigación: Significado. <https://acortar.link/jbKP0A>
6. Coyote, L. H. (2023). Incorporación de la IA en medios de comunicación. Issuu. <https://acortar.link/mW919V>
7. Faster Capital. (2023, 10 de diciembre). Impacto de ChatGPT en las noticias y el periodismo. <https://acortar.link/FdKpp3>
8. Fernández, Y. (2023, 27 de septiembre). ChatGPT: Qué es, cómo usarlo y qué puedes hacer con este chat de inteligencia artificial GPT. Xataka. <https://acortar.link/K7i2FM>
9. Alcaide, S (2023, 10 de junio). Aprovechemos la inteligencia artificial para el periodismo. <https://elpais.com/defensor-a-del-lector/2023-06-11/aprovechemos-la-inteligencia-artificial-para-el-periodismo.html>
10. García, J. (2019, 2 de noviembre). El impacto de la inteligencia artificial en el periodismo. MIP. <https://acortar.link/rNyaPT>
11. Gonzáles, M. (2023, 13 de junio). ¿Cuál es el futuro de ChatGPT? Filmora - El futuro de la IA: Todo lo que necesitas saber sobre ChatGPT. <https://n9.cl/nl7zx>
12. Morron, M. (s.f.). Chat GPT y el futuro de la educación. Linclearning. <https://blog.linclearning.com/es/chat-gpt-y-el-futuro-de-la-educacion>
13. Morduchowicz, A., & Suasnabar, J. (2023). ChatGPT y educación: ¿Oportunidad, amenaza o desafío? Las oportunidades que ofrece ChatGPT a la educación. <https://acortar.link/j3uryh>
14. Netapp. (s.f.). ¿Qué es la inteligencia artificial? Inteligencia Artificial. <https://www.netapp.com/es/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence/>

15. Nivelics. (s.f.). Inteligencia artificial beneficios en medios de comunicación. Tecnologías Emergentes. <https://acortar.link/tHGOoB>
16. Ortega, C. (2023). ¿Qué es la metodología de la investigación? Questionpro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion/>
17. Ortiz, P. (s.f.). ¿Para qué sirve Chat GPT? EDEM. <https://edem.eu/chat-gpt-que-es-para-que-sirve-y-su-aplicacion-en-la-economia-explicado-por-chat-gpt/>
18. Plan de recuperación. (2023, 19 de abril). Qué es la inteligencia artificial. <https://planderecuperacion.gob.es/noticias/que-es-inteligencia-artificial-ia-prtr>
19. Quian, A., & García, J. (2024, 10 de junio). Inteligencia artificial en la prensa: Estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital. Revista de Comunicación. <https://acortar.link/zARnuI>
20. Red de periodistas. (2024). El impacto de la inteligencia artificial en la comunicación. Para el año 2024 se hizo realidad la pregunta que de Alan Turing en 1950 con su artículo Computing machinery and intelligence ¿Las máquinas pueden pensar? <https://acortar.link/4AxUQG>
21. Rodríguez, N. (2023, 5 de junio). La historia de la inteligencia artificial: Desde sus orígenes hasta el presente. Medium. <https://acortar.link/3AXFxP>
22. Román, R. (2023, 24 de abril). El potencial de ChatGPT para transformar la educación positivamente. Observatorio. <https://acortar.link/5aW5ty>
23. Solano, L. (2023). Estrategias Didácticas con TIC en la Enseñanza-Aprendizaje de Lengua y Literatura. <https://acortar.link/wlxwRG>
24. UNESCO. (2024). Ética de la inteligencia artificial. <https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics>
25. Urrea, D. (2023, 18 de enero). IA de ChatGPT se raja en redacción de notas periodísticas. ¿Se salvan los editores humanos? <https://acortar.link/gw6p8U>
26. Tenjo, S. (2020). Métodos descriptivo y explicativo. Slideshare. <https://acortar.link/e2YUJ0>
27. Certus. (2022, 12 de julio). Inteligencia artificial: Aspectos legales. Marco legal de la inteligencia artificial. <https://certuslegalfirm.com/inteligencia-artificial-aspectos-legales/>
28. Cdperiodismo. (2010, 18 de marzo). Clases de periodismo. Stats Monkey ¿Puede un software reemplazar a los periodistas? <https://acortar.link/IJlhfb>

11. Anexos

Anexo 1. Encuestas

ENCUESTA

"Empoderamiento de la era digital: Análisis del impacto de la asistencia de artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32)" periodo 2023 – 2024.

Participa en nuestra encuesta sobre inteligencia artificial en los medios. Tu opinión ayudará a comprender su impacto y mejorar su uso

*** Indica que la pregunta es obligatoria**

Correo *.....

1. Edad *

- 18 a 25 años
- 26 a 40 años

2. Medio de comunicación digital, por el cual se informan sobre noticias. *

- Lo Del Momento Loja
- Primer Reporte
- Hora32
- Otro

3. ¿Cuán importante es para ti saber que una noticia fue creada por un periodista humano en lugar de una Inteligencia Artificial? *

- Muy importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante

4. ¿Crees que la inteligencia artificial puede afectar la ética de un periodista al momento de redactar o crear una noticia? *

- Marca solo un óvalo.
- Si, siempre
- En la mayoría de los casos Solo en algunos casos
- No, nunca

5. ¿Estás dispuesto a confiar en las noticias generadas por inteligencia artificial si provienen de una fuente confiable? *

- Totalmente dispuesto
- Moderadamente dispuesto
- Poco dispuesto
- Nada dispuesto

6. Al evaluar la confiabilidad de una noticia generada por inteligencia artificial ¿Qué aspecto consideras más importante? *

- Las fuentes de datos utilizados
- Claridad y coherencia en la redacción
- La verificación y validación por parte de un comunicador humano
- Ninguna de los anteriores

7. ¿Crees que las noticias generadas por inteligencia artificial pueden acelerar la* difusión de información? *

- Si, definitivamente
- Probablemente Si
- Probablemente No
- No, estoy seguro

8 ¿Crees que en el futuro la inteligencia artificial podría llegar a reemplazar el trabajo de los periodistas al momento de generar una noticia? *

- Si
- No
- No, estoy seguro

Anexos 2. Validación de los Instrumentos.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado Validador: Mg.

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los siguientes instrumentos de recolección de datos (anexo).

Los presentes instrumentos tienen como objetivo recolectar información directa para la investigación titulada: **“Empoderamiento digital: análisis del impacto de la Asistencia Artificial ChatGPT, en el desarrollo de habilidades comunicativas y creación de noticias en los medios de comunicación de Loja (Lo del Momento Loja, Primer Reporte, Hora32)” periodo 2023 – 2024**”, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Licenciado, en Comunicación por la Universidad Nacional de Loja.

Para hacer efectiva la validación del instrumento deberá leer cuidadosamente cada pregunta. Se realizará entrevistas con expertos en redacción y edición de los tres medios digitales de la provincia de Loja, pueden ser periodistas o cronistas para obtener opiniones y percepciones sobre la influencia de la inteligencia artificial en la creación de noticias. También se realizarán encuestas en línea o físicas para recopilar datos cuantitativos sobre la preferencia del público, confiabilidad percibida y actitudes hacia las noticias generadas por inteligencia artificial, también se analizará medios digitales específicos que utilicen inteligencia artificial en la creación de noticias y realizar un análisis detallado de casos para entender el proceso de la misma, y finalmente la Observación de la Inteligencia Artificial en el uso de las tareas o procesos específicos al momento de redactar una noticia.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Educamos para **Transformar**



JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

Table with 8 columns: N.º de preguntas, Preguntas, E Excelente, B Bueno, M Mejorar, X Eliminar, C Cambiar, Observaciones. It contains 7 rows of evaluation questions regarding AI in journalism.

Evaluated by: Rocío Elizalde Robles



JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

EVALUACIÓN DE BANCO DE PREGUNTAS PARA (expertos en redacción y edición de los tres medios digitales de la provincia de Loja)							
N.º de preguntas	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Consideras que las noticias generadas por inteligencia artificial son confiables? a) Muy confiables b) Algo confiables c) Poco confiables d) Nada confiables	E					
2	¿Crees que las noticias creadas por IA son más imparciales que las noticias escritas por humanos? a) Sí, son más imparciales b) No, son menos imparciales c) No estoy seguro	E					
3	¿Cuánto te afectaría saber que un algoritmo de inteligencia artificial creó una noticia al momento de confiar en su veracidad? a) Mucho b) Algo c) Poco d) Nada	E					
4	¿Crees que las noticias creadas por inteligencia artificial contienen más errores que las producidas por humanos? a) Sí b) No c) No estoy seguro	E					
5	¿Estás dispuesto a confiar en las noticias generadas por IA si provienen de una fuente confiable? a) Totalmente dispuesto b) Moderadamente dispuesto c) Poco dispuesto d) Nada dispuesto	E					
6	¿Crees que es más fácil manipular las noticias producidas por inteligencia artificial que las producidas por humanos? a) Sí b) No c) No estoy seguro	E					



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

7	<p>¿Al evaluar la confiabilidad de una noticia generada por inteligencia artificial, ¿qué aspecto consideras más importante?</p> <p>a) Fuente de datos utilizada b) Transparencia en el proceso de generación c) Pruebas de verificación independientes d) Ninguno de los anteriores</p>	E					
8	<p>¿Prefieres consumir noticias creadas por IA sobre temas específicos o generales?</p> <p>a) Temas específicos b) Temas Generales c) No tengo preferencia</p>	E					
9	<p>¿Crees que las noticias generadas por IA pueden acelerar la difusión de datos?</p> <p>a) Sí b) No c) No estoy seguro</p>	E					
10	<p>¿En qué medida crees que las noticias creadas por inteligencia artificial tienen el potencial de generar desinformación?</p> <p>a) Mucho b) Algo c) Poco d) Nada</p>	E					

Evaluado por:

Firma: Rocío Elizalde Robles





JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / B= Bueno / M= Mejorar / X= Eliminar / C= Cambiar

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DE OBSERVACIÓN PARA: (los periodistas de los tres medios digitales de la provincia de Loja)							
	Preguntas	E Excelente	B Bueno	M Mejorar	X Eliminar	C Cambiar	Observaciones
1	¿Con qué frecuencia utilizas herramientas de Inteligencia artificial (IA) para recopilar información o investigar temas para tus noticias?	E					
2	¿Qué tipos de herramientas de IA utilizas con mayor frecuencia en tu trabajo periodístico? (Ejemplos: análisis de datos, identificación de tendencias, generación de resúmenes, etc.)		B				
3	¿Cómo crees que el uso de IA ha cambiado la rapidez con la que puedes generar noticias?	E					
4	¿En qué medida crees que la IA ha mejorado la precisión y la calidad de tus informes?	E					
5	¿Has encontrado algún problema moral al emplear inteligencia artificial para producir noticias? Por favor, explique.	E					
6	¿Qué aspectos del proceso de producción de noticias crees que podrían mejorar aún más con el uso de la inteligencia artificial?	E					
7	¿Crees que la inteligencia artificial podría influir en las preferencias del público al seleccionar y presentar las noticias? ¿Por qué?	E					
8	¿Cuál es tu opinión personal sobre el papel que la inteligencia artificial podría desempeñar en el futuro del periodismo? ¿Piensas que la IA podría representar una amenaza para los trabajos periodísticos convencionales o, por el contrario, una herramienta beneficiosa y complementaria?	E					

Evaluado por:

Firma: Rocío Elizalde Robles



IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Rocío Margoth Elizalde Robles, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N.º 1104341316 de profesión Docente y con estudios de posgrado en Comunicación y Opinión Pública, así como Cultura Digital, mención investigación.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación de instrumentos banco de preguntas para aplicación de los instrumentos vinculados con el análisis del impacto de la Inteligencia Artificial, en los medios de Loja, dirigidos a consumidores de los medios y sus trabajadores (periodistas).

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				E
Amplitud de contenido				E
Redacción de los Ítems				E
Claridad y precisión				E
Pertinencia				E

En Loja, a los 13 días del mes mayo de 2024.

Evaluado por:



Firmado electrónicamente por:
ROCIO MARGOTH
ELIZALDE ROBLES

Firma: Rocío Elizalde Robles

Anexos 3. Entrevistas

Entrevista al periodista y encargado de la creatividad la Hora32

Entrevista al señor editor y comunicador social Omar González el cual ha sido parte dentro del medio de comunicación como editores y todo lo que es la creación multimedia.

1. ¿Tal vez usted ha escuchado, ha oído, investigado, dentro de los medios de comunicación se está utilizando algún tipo de inteligencia artificial para para el uso de creación de noticias?

A ver, bueno, este es un tema bastante actual, en lo que se refiere a nuestro país, sin embargo, ya a nivel internacional es evidente de que esto sigue avanzando pasos agigantados digámoslo así ya especialmente el país países que tienen un desarrollo tecnológico mucho más que los nuestros.

Sobre todo Japón, en los medios de Estados Unidos, digamos, donde hay un poco más de avances, de lo que conocemos o de lo que observamos ya hay dos formas, digamos, así que la inteligencia artificial empieza a tener su espacio en los medios de comunicación la una es que eso ya se lo estaba haciendo, me aparece desde hace algunos años, es con presentadores, a través de generar presentadores de noticias con inteligencia artificial para distintos tipos de noticias no y la otra forma es también la redacción de noticias a través de inteligencia artificial pero bueno pero todo eso depende también del tipo de noticias que se desean transmitir y del tipo de datos que se tienen, por ejemplo, en Estados Unidos existen medios comunicación, que ingresan todos los datos, de un partido de béisbol, y en base a esos datos de inteligencia artificial genera la noticia, entonces ganó tal y tal y la inteligencia lo que haces en cuestión de segundos, en base a los datos que tienen o a todas las cifras que se registran dentro de un partido, se va se va generando la noticia. Entonces ya tienen la noticia. Entonces sí, sí hay uso de inteligencia artificial en medios de comunicación

Exactamente más o menos se podría decir que se podría utilizar como para unas noticias puntuales para hechos históricos, desde mi perspectiva por supuesto de temas muy puntuales es que se puede utilizar la inteligencia artificial.

2. ¿El uso de esta inteligencia artificial digamos de cierta manera podría llegar a afectar digamos la ética periodística al momento de utilizar estas herramientas?

Hay una línea muy delgada, es que la ética periodística es ya personal, eso ya depende de cada profesional, de cada comunicador, lo que decía hace un momento, sería muy fácil tener los datos e ingresar ahí, utilizar algunas de estas herramientas que tienen

inteligencia artificial y que genere la noticia. Ahora los que hacemos periodismo por vocación sabemos el trabajo que tenemos que hacer, que es la parte humana la que ponemos en una noticia, y sobre todo hay que considerar que si bien la inteligencia artificial, al final de cuentas, lo que quiere es una recopilación de datos, no es que tenga todo tampoco. Supongamos, por ejemplo, si vamos a hacer una noticia de la parroquia Garza real que está en el cantón Zapotillo y queremos entrevistar a la persona o hacer una historia de la persona más longeva de ese sector, por más inteligencia artificial que existan, no se puede tener el mismo calor humano que conversar con esa persona y uno transmitir lo que uno redacta y al cabo puede generar algún contenido noticioso, entonces eso ya es muy personal.

La otra parte es lo que sí se puede hacer ahí, digamos, un mal uso de la IA sobre eso, simplemente para agilizar algo para tratar de mejorar un trabajo eso siempre y ya depende de cada persona.

3. ¿El mal uso de esta herramienta inteligencia artificial, por ejemplo, las personas podrían darse cuenta de que una noticia está realizada por inteligencia artificial o la parte humana?

La gente, sobre todo cuando hablamos de medios escrito. A ver, en el periodismo escrito hay algo que se llama el estilo ¿no? La gente ya lo identifica entonces incluso a veces no es ni siquiera necesario poner el nombre en una noticia y la gente dice, a este lo escribió tal persona, a este lo escribí otra persona, entonces cuando se empieza a ver una reacción un poco más fría entonces hay que queda las dudas, se empieza a unir párrafos sin tener, sin ponerle a lo mejor el aditamento que puede poner a una persona, o sea, como yo digo el calor humano que puede existir ahí, o sea si las personas pueden darse cuenta y bueno y lo otro ya en temas tecnológicos más avanzados y bueno, todo va de lamano, como si suele decir comúnmente hecha la ley hecha la trampa, también existen los detectores de plagios, de copias, que ha sido generadas por IA, entonces alguien puede escribir algo y enseguida identificar si es creado por inteligencia artificial sobre todo las expresiones, en algunos casos es más difícil la detección o no en algunos casos.

4. ¿el uso del chat GPT, digamos, si usted le pide hacer un resumen de la Segunda Guerra Mundial, en cuestión de segundos prácticamente le genera la noticia?

¿Cómo le digo? O sea, en el periodismo, sobre todo en el periodismo real, es muy importante dar fuentes, si observamos ahí también que ya hay medios y periodistas que dicen que sí, contenido generado a través de inteligencia artificial, para que la persona que lea o escucha o mira sepa cómo se originó esta noticia.

5. ¿En un futuro tal vez no puede ser tan cercano pero esta inteligencia podría empezar tal vez el trabajo de un periodista?

A ver, esto es más o menos por lo que se mencionaba hace un tiempo, de que los periódicos, las revistas van a desaparecer y no ha ocurrido y eso se lo viene diciendo desde los últimos diez, veinte, treinta años, a raíz de que el internet ha tomado tanta fuerza, hay que irse adaptando, transformando, hay que ir convirtiendo todo lo que sea posible, entonces como dijo, hace años se hablaba de que los periódicos, las revistas como tal iban a ese parecer, algunos se mantienen, otros han cambiado, se han transformado y siguen y siguen presentes, como medios de comunicación, ahora yo creo que no hay que tener miedo, más bien hay que capacitarse y darle el uso correcto. Lo que decía hace un momento, si una relación puede ser muy fácil hacerle a través de inteligencia artificial, pero si no tiene el calor humano abra mucha gente que diga no es que yo no quiero ese tipo de información.

6. ¿El uso de la inteligencia artificial y el internet ha hecho que las personas ya no les interese leer la noticia?

Desde mi punto de vista, hay que aprender a usar estrategias. Osea, si la gente no quiere leer mucho, hay que tratar de comunicar de otra forma, es increíble que incluso las personas es que a veces ni siquiera quieren ver la imagen ya quiere toda la información, entonces, es gracioso. La gente dice no, ya no veo mucho, pero también quiero que le explique. Entonces, como que quieren tener una sola imagen todo. Entonces lo que se está empezando a utilizar es subir el video, pero como el video puede ser molesto el audio por el resto de personas o para uno lo mismo, se empieza a generar caracteres explicándole los hechos que ocurrieron ahí, por ejemplo, Washington. Pone me parece que es uno de estos medios de comunicación que ya tiene contenidos exclusivos para este tipo de publicaciones, hay que tratar de ver en esto no dificultades y no ver oportunidades, para que los medios de comunicación puedan seguir teniendo sus impactos.

7. ¿Para finalizar dentro del medio de comunicación utiliza algún tipo de estas herramientas?

Nosotros tuvimos una propuesta, conversamos con alguien que vino ofreció la posibilidad de generar contenidos a través de inteligencia artificial, pero claro cuál era la idea de que nuestros contenidos que redactamos nosotros se los pueda difundir con inteligencia artificial decidimos no hacerlo precisamente porque lo que le decía hace un momento, hay que tomar en cuenta el espacio en que nos desenvolvemos. Loja es una

ciudad nomás de cuatrocientos mil habitantes, entonces nos conocemos todos, entonces, lo que más le interesa a la gente es tener esa cercanía con el medio. claro, utilizamos ciertas herramientas de IA para crear noticias puntuales o ciertas imágenes, pero a futuro tenemos que irnos adaptando a los cambios que genera la tecnología. Hace seis años era impensable tener un medio de comunicación digital en formato PDF que la gente lo quiera leer en su computadora o en su celular, después de un tiempo seguramente la tecnología va seguir avanzando la inteligencia artificial va a brindar nuevas oportunidades mejores y habrá que ver la posibilidad de hacerlo.

Entrevista a la periodista Primer Reporte

Muy buenas tardes, me encuentro en el medio de comunicación, primer reporte, para local era solicitado muy comedidamente a Jessica Valle, Periodista del medio de comunicación una entrevista sobre la inteligencia artificial.

1. ¿Tal vez usted ha considerado implementar algún tipo de inteligencia artificial dentro de su carrera profesional?

La verdad es que si, es muy bueno, es un aspecto muy importante que se debería tomaren cuenta porque está en auge, si lo utilizamos, pero un no en gran cantidad, si es un factor clave hoy en día yo creo que la mayoría lo está haciendo, entonces sí es bastante rentable adquirirlo, sería tomarlo en cuenta bastante para el medio periodístico.

2. ¿Y qué beneficios podría considerar usted que podría aportar esta inteligencia artificial, por ejemplo, dentro del periodismo?

La verdad es que como nosotros lo manejamos tanto en la redacción, yo creo que es bastante fundamental, no esencial porque también lo podemos hacer, pero si salva de apuros yo creo que eso sería el factor clave que estoy de apuro tengo que sacar la noticia inmediatamente, entonces para eso lo utilizo. Al momento de verificar la información preferimos hacerlo por el modelo tradicional es decir buscar fuentes confiables y verdaderas que la inteligencia artificial también las tiene, sin embargo, nosotros en estos casos hacemos por el método tradicional. Ya solamente en el tema de redacción es como que lo tomamos en cuenta.

3. ¿Considera que la inteligencia artificial de cierta manera puede, en algún momento, digamos, comprometer lo que es la ética periodística o la transparencia al momento de realizar una entrevista o de redactar alguna entrevista?

La verdad es que sí, yo creo que sí porque es la ética es personal básicamente es eso la ética es personal y al trabajarlo con inteligencia artificial dejo de ser yo como persona,

como Jessica Valle, dejo de ser yo y está el texto, la narración, toda la narrativa toda la información no es mía, es digamos de la inteligencia artificial.

4. ¿La inteligencia Artificial podría llegar a afectar en el futuro a los periodistas, o a los editores o redactores en su trabajo?

Justamente en consideración de eso lo que mencionábamos del ChatGPT la verdad nosotros solamente lo utilizamos para lo que es texto. En imágenes nosotros mismos nos enseñamos porque también usted puede hacer eso en el ChatGPT. Pero yo creo que sí afecta bastante y va a afectar demasiado porque actualmente ya muchísimas de las personas que son periodistas nuevos ya que están en auge literalmente ya no leen no la mayoría ya no leen todo el mundo está aprendiendo del celular, los periodistas antiguos de la anterior generación ellos en cambio leían bastante y por eso también se desenvolvían de esta mejor forma en el tema digamos ya para relacionarse porque eres un buen lector aprendes muchísimo el vocabulario y puedes desenvolverte mejor entonces yo creo que la inteligencia artificial sí va a afectar bastante, porque cada vez va a las personas actuales vamos a dejar de leer ¿Por qué? Porque si tú puedes leer puedes redactar, pero si no lees básicamente va a dar un clic y tendrás la noticia ya no va a ser tan emocionante el redactarla y el escucharla como lo es ahora.

5. ¿Las personas podrían darse cuenta si una noticia es realizada mediante el método tradicional o es realizada por inteligencia artificial?

Depende mucho de sí conozco digamos como tal el periodista. Si tengo ya un seguimiento previo de escuchado varias veces o ya siempre lo escucho al periodista voy a anotar un cambio si ¿Por qué? Porque ya la forma habitual de cómo él se relaciona va a cambiar totalmente y ChatGPT tiene una como decir un estándar o sea ya si usted vuelve y escribe y escribe como que ya al mismo tiempo se va convirtiendo en una rutina, entonces ya siempre sale con los mismos textos, las palabras similares, entonces así es lo que me he dado cuenta entonces yo creo que la gente se va a notar el cambio.

6. ¿La audiencia como cree que van a tomar este tipo de noticias creadas por inteligencia artificial, están abiertas al tema o y si esto va afectar a los medios digitales?

Yo creo que no porque a la final de cuentas, tenemos que irnos a Innovando y justamente esto de la inteligencia artificial es innovación entonces, así como en un inicio no existían los celulares y ahora existen y todo el mundo tiene un celular en la mano desde el más joven al más adulto creo que también la inteligencia artificial le están haciendo es un

bebé todavía, pero va a llegar a un lugar en donde todo el mundo va a utilizar la inteligencia artificial y muy la parte de eso nosotros tenemos que irnos actualizando e irnos también innovando para estar en la actualidad rodeados con lo que está actualmente

7. ¿finalmente, estarías dispuesta a invertir en formación o en tecnología de inteligencia artificial para el medio de comunicación?

Yo creo que sí, sí sería bastante factible, primero que nada, la parte de introducir la inteligencia artificial acá también bastante sería como dar capacitaciones al personal porque que si es bien cierto que es muy importante y sería muy bueno introducir lo que es la inteligencia artificial pero también quiero que el personal, siga manteniendo esa parte esencial esa parte humana del periodismo.

Entrevista John S. Lafebre Lic. Relacionador Publico y Dueño del Medio de comunicación Lo del Momento Loja.

Muy buenos días, nos encontramos con el señor John S. Lafebre, dueño del medio de comunicación, Lo del momento Loja. Para lo cual le he pedido muy cómodamente realizarle una entrevista sobre lo que es el uso de la inteligencia artificial en los mediosde comunicación.

1. ¿Usted tal vez ha considerado alguna vez implementar lo que es la Inteligencia Artificial en su medio de comunicación?

Por las nuevas tendencias sí, pero aún no es una decisión que hemos decidido de manerafirme todavía.

2. ¿cuáles son los obstáculos que usted ve antes de implementar esta inteligencia artificial en su medio de comunicación?

Porque no tenemos todavía una idea al cien por ciento clara de cuál realmente sería unaautoridad voraz al momento de utilizarla y no podemos centrarnos en una acción muy nueva hasta no tener un cien por ciento del control y del buen uso de la misma. Y pues por eso mismo tenemos que seguir continuando con lo que estamos haciendo hasta el momento.

3. ¿Considera que tal vez esta inteligencia artificial como por ejemplo el uso de chat GPT puede comprometer lo que es la ética periodística, la transparencia o comprometer la veracidad de esa noticia en el momento de redactarla o de publicarla?

No simplemente que ChatGPT te da un resumen y hay noticias que no precisamente sobre todo en información aparecen en ese instante no creo yo que chat GPT pueda tener

una información antes o al menos en la información de lo que uno podría ver puesto que la recopilación y formación de estas plataformas depende mucho de internet, de Google. Entonces no creo que existan tantas búsquedas como para que te puedan arrojar la creación de una noticia a no ser que estés haciendo temas puntuales históricos, pero un medio de comunicación como tal hace noticias como tal y no podría depender de un chat o de una inteligencia artificial con algo que todavía no existe y que recién se está generando.

4. ¿Al momento de buscar alguna noticia de un hecho histórico, se podría utilizar esta herramienta ChatGPT?

Podría ser, pero eso es muy mínimo la posibilidad ya que no es nuestro fuerte o no es nuestro mayor énfasis estar haciendo noticias históricas, nosotros hacemos informacióndiaria y de acontecer, cotidiana.

5. ¿En el futuro esta inteligencia artificial cree que podría llegar a beneficiar o perjudicar a los medios de comunicación?

Hay que tener claro que, si es que en Google no existe una información acertada, asertiva. va a ser muy complicado que el chat GPT te pueda dar una información de la misma manera. No es lo mismo la recopilación de datos o esperar a que te la puedan resumir. Básicamente podría sentirse como una herramienta de apoyo, más no una dependencia para ser periodismo, una herramienta de las tantas que pueden hacer. Porque ChatGPT no te va a poder entrevistar a una persona simplemente te va a dar información al resumir algo que ya existe y la información cuando uno crea un medio no existe a veces no sabes qué información o qué cosas vas a hablar en una entrevista, hay cosas que no se las pueden reemplazar.

6. ¿Usted cree que realizar o crear una noticia con el método artificial vs el método tradicional, se podría cortar un cierto tiempo?

Hay que tener en cuenta una cosa es la información que uno quiere volver a recopilar y comentar y contar. Que en este caso son de algunos sitios históricos etcétera eso podría ser una opción, pero una noticia como tal noticia en el día, por ejemplo, no se puede, porque de qué información te va a hablar ChatGPT, sí todavía no la han subido, cómo le pides a la inteligencia artificial que te avise de qué accidentes dando en calle fulana de tal, si no está subida en internet. Si recién acaba de pasar. La inteligencia artificial no va a reemplazar la cotidianidad o la acción instantánea que se dan el día a día. Cuando tú ves algo, no va a salir en inteligencia artificial. Entonces, la inteligencia artificial podría ser un apoyo, más no una dependencia de la información, más no una dependencia para ser periodismo.

7. ¿Qué áreas usted cree que podría beneficiar dentro de su canal la inteligencia artificial?

La parte histórica nomás, la parte de crear imágenes, podría ser, pero mientras tanto seguimos manteniendo el formato que mantenemos la creación de nuestro propio contenido alrededor de una información está generando.

8. ¿Usted estaría dispuesto a invertir tanto lo que es formación o en tecnología para adoptar inteligencia artificial en un futuro dentro de su medio de comunicación?

Como formación sí, porque sí que uno tiene la película clara, no creo que nadie en su sano juicio gastaría dinero o invertiría en algo más. Si no se tiene al menos un claro conocimiento de lo que podría implicar esto, nosotros no tomamos decisiones mucho menos relacionadas con el sector financiero. Primero es información y luego la inversión.

Entrevista: Cristian Zurita

Especialista en Inteligencia Artificial, lugar de residencia Quito.

1. ¿Podría presentarse y describir brevemente su experiencia en el campo de la Inteligencia Artificial?

Soy Cristian Zurita, especialista en inteligencia artificial, realidad aumentada y realidad virtual, y actualmente me desempeño como vicepresidente de Innovación y Medios en BeFlamingo. Tengo una amplia experiencia en el desarrollo de aplicaciones y sitios web, además, soy un apasionado defensor del marketing y la comunicación digital.

2. ¿Cómo describiría el papel actual de la Inteligencia Artificial en las redacciones de noticias?

La inteligencia artificial está transformando las redacciones de noticias al automatizar tareas rutinarias como la recopilación de datos, la generación de informes básicos y la personalización de contenido para audiencias específicas. Además, las herramientas de inteligencia artificial están ayudando a los periodistas a analizar grandes volúmenes de información rápidamente, lo que mejora la precisión y profundidad de las investigaciones periodísticas.

3. ¿Qué tipo de tareas periodísticas se están automatizando con Inteligencia Artificial actualmente?

Las tareas periodísticas que se están automatizando con inteligencia artificial incluyen

la generación de artículos básicos sobre eventos deportivos, reportes financieros y resúmenes de noticias. También se utiliza para la transcripción de entrevistas, la verificación de hechos y la monitorización de tendencias en redes sociales.

4. ¿Hasta qué punto puede la Inteligencia Artificial producir contenido original y de calidad comparable al de un periodista humano?

La inteligencia artificial puede producir contenido original y de calidad en ciertas áreas, especialmente en la generación de informes basados en datos estructurados. Sin embargo, la creatividad, el contexto cultural y la capacidad de análisis profundo de los periodistas humanos siguen siendo insuperables por la IA en la mayoría de los casos. La colaboración entre IA y periodistas humanos resulta en la producción de contenido más enriquecido y preciso.

5. ¿Qué herramientas de Inteligencia Artificial recomendaría para que los periodistas comiencen a integrar en su trabajo?

Te recomendaría algunas herramientas súper útiles como GPT-4, que es genial para generar textos y hacer resúmenes. También está Aylien, que te ayuda a extraer y analizar noticias. Si necesitas automatizar reportajes y artículos, Wordsmith es la opción. Para monitorear redes sociales y detectar noticias en tiempo real, Dataminr es perfecta. Y Quill es increíble para crear informes personalizados basados en datos. Hay muchas más, y cada vez son más comunes en el medio.

6. ¿De qué manera puede la inteligencia artificial afectar la libertad de prensa y la independencia editorial?

Puede afectar la libertad de prensa y la independencia editorial si no se utilizan con transparencia y responsabilidad. La automatización y personalización excesiva podrían llevar a la creación de burbujas informativas y la difusión de sesgos. Es crucial que las redacciones mantengan un control humano sobre los procesos editoriales y establezcan directrices claras para el uso de IA.

7. Para finalizar, ¿qué mensaje le gustaría dejar a los periodistas y profesionales del periodismo sobre la integración de la Inteligencia Artificial?

Mi mensaje para los periodistas y profesionales del periodismo es que vean a la inteligencia artificial como una herramienta poderosa que puede complementar y mejorar su trabajo. La IA no reemplazará el juicio crítico, la creatividad y la capacidad de análisis profundo de los periodistas, sino que les permitirá enfocarse en tareas más significativas y de mayor valor. Al adoptar estas tecnologías con responsabilidad y ética, podemos construir un futuro en el que la inteligencia artificial y el periodismo coexistan

de manera armoniosa, beneficiando tanto a los profesionales como al público.

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha comenzado a integrarse en los medios de comunicación a gran escala, especialmente en países tecnológicamente avanzados como Japón y Estados Unidos. En estos países, la inteligencia artificial ya se utiliza en dos formas principales de producir noticias: generar presentadores de noticias virtuales y escribir artículos basados en datos en tiempo real. Por ejemplo, durante un partido de béisbol, los datos del juego se introducen en un sistema de inteligencia artificial, lo que proporciona una cobertura de noticias completa y precisa en segundos, destacando resultados y estadísticas relevantes.

Sin embargo, la introducción de la inteligencia artificial en el periodismo plantea cuestiones importantes sobre la ética del periodismo. La ética periodística es una cuestión muy personal y profesional que depende del criterio y la integridad de cada periodista. Si bien la inteligencia artificial puede hacer que algunos aspectos del periodismo sean más rápidos y fáciles, no puede reemplazar la profundidad de la narración, la empatía y el toque humano que aportan los periodistas. Un buen ejemplo es la creación de historias humanas y locales, donde la interacción humana y la empatía desempeñan un papel central que la inteligencia artificial no puede replicar. Entonces, si bien la IA puede ser una herramienta útil, su uso debe ser equilibrado y reflexivo. Los espectadores también pueden percibir la diferencia entre el contenido generado por IA y el contenido generado por humanos. En los informes de noticias escritos, los lectores a menudo pueden reconocer el estilo personal del periodista. El texto generado por IA puede parecer frío y carecer de la calidez y el detalle que caracterizan la escritura humana. Además, existen herramientas técnicas que pueden determinar si el texto es generado por inteligencia artificial, lo que ayuda a mantener la transparencia y la confianza del público. Herramientas como ChatGPT pueden crear resúmenes de eventos históricos como la Segunda Guerra Mundial de manera rápida y precisa, pero carecen de la capacidad de contextualizar y profundizar en los matices de una historia como un periodista. Algunos medios de comunicación identifican claramente el contenido generado por IA para que los lectores conozcan la fuente de la información. Esta práctica es importante para mantener la transparencia y la integridad en el periodismo.

En cuanto al futuro de la profesión periodística, si bien la IA ofrece muchas posibilidades, no se espera que reemplace por completo a los periodistas. Los debates sobre la desaparición de los periódicos y revistas debido a la tecnología han existido durante décadas, pero muchos medios impresos han resistido y se han adaptado al

cambio tecnológico. La clave es la adaptación y la formación en el uso adecuado de estas nuevas tecnologías para complementar, no sustituir, el trabajo humano. La inteligencia artificial e Internet también han cambiado el consumo de noticias. La gente busca formatos más rápidos y accesibles, y los medios deben adaptarse a estas nuevas preferencias. Por ejemplo, los vídeos con subtítulos se han vuelto populares porque permiten a los espectadores acceder rápidamente a información sin utilizar audio, una estrategia utilizada por medios como The Washington Post.

Los medios locales son más cautelosos con el uso de la inteligencia artificial. Si bien algunas empresas han considerado utilizar inteligencia artificial para generar contenido, muchas prefieren mantener una conexión íntima y personal con su audiencia. Sin embargo, reconocen la necesidad de adaptarse a los futuros cambios tecnológicos y están dispuestos a explorar cómo la inteligencia artificial puede mejorar su trabajo sin sacrificar la calidad ni la humanidad del periodismo. En resumen, la inteligencia artificial está cambiando fundamentalmente el periodismo, especialmente en términos de creación y entrega de noticias. Sin embargo, la ética, la honestidad y el toque humano siguen siendo la base del periodismo. Lo principal en el trabajo futuro será encontrar un equilibrio entre tecnología y personas, adaptarse a los avances tecnológicos, manteniendo la calidad de la información proporcionada y la confianza del público.

Anexos 4. Certificación de traducción del resumen

Loja, 25 de octubre de 2024

Lcda. Angélica Stefanía Azuero Carrión.

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN INGLÉS

CERTIFICO:

Yo, Angélica Stefanía Azuero Carrión, con cédula de identidad nro. 1105889271, **Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Inglés** por la Universidad Técnica Particular de Loja, con número de registro 1031-2022-2563293 en la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, señalo que el presente documento es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular denominado "Análisis del discurso político de impacto, mítines y media training, de los candidatos a alcaldes, concejales y presidentes de juntas parroquiales del sur de la provincia de Loja en las elecciones seccionales 2023" elaborado por el Sr. Ángel Vicente Vera Malla, con cédula de identidad nro. 1104944176, estudiante de la Universidad Nacional de Loja previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación.



Lcda. Angélica Stefanía Azuero Carrión.

CI: 1105889271

Licenciada en Ciencias de la Educación mención Inglés

Registros SENESCYT: 1031-2022-2563293

Anexos 5. Fotografías

