



Inteligencia artificial y algoritmos en el periodismo: transformaciones en la cultura profesional y la formación universitaria

Artificial Intelligence and Algorithms in Journalism: Transformations in Professional Culture and University Education

Niño Romero, Mónica

Universidad de Huelva (UHU)

monica.nino@alu.uhu.es



Borges, Gabriela

Universidade do Algarve (UALG)

gabriela.borges@ufjf.edu.br



Forma de citar este artículo:

Niño, M. & Borges, G. (2025). Inteligencia artificial y algoritmos en el periodismo: transformaciones en la cultura profesional y la formación universitaria. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(e), raeic12e04. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.e.4>

Resumen:

Este artículo analiza cómo las transformaciones tecnológicas impulsadas por la inteligencia artificial (IA) y los algoritmos están modificando la cultura profesional del

periodismo y la formación universitaria de sus futuros profesionales. El objetivo del estudio es identificar los principales puntos de tensión entre la automatización, los valores tradicionales del periodismo y las nuevas competencias requeridas en entornos digitales. La investigación combina una revisión teórico-documental con una encuesta aplicada a 126 periodistas en España y América Latina en activo, cuyos resultados permiten contextualizar los debates académicos con evidencia empírica. Se abordan tres dimensiones clave: la automatización en las redacciones, la evolución del *ethos* profesional y la necesidad de alfabetización algorítmica en los programas formativos. Los hallazgos revelan una adopción parcial de tecnologías automatizadas, una preocupación ética generalizada y una demanda de mayor formación en competencias críticas sobre IA. El estudio propone integrar marcos éticos, saberes técnicos y pensamiento crítico en la formación periodística para responder de forma responsable a los desafíos del nuevo ecosistema mediático.

Palabras clave: Periodismo digital, inteligencia artificial, alfabetización algorítmica, automatización, cultura profesional, formación periodística, ética digital.

Abstract:

This article analyses how technological transformations driven by artificial intelligence (AI) and algorithms are changing the professional culture of journalism and the university education of its future professionals. The aim of the study is to identify the main points of tension between automation, the traditional values of journalism and the new skills required in digital environments. The research combines a theoretical-documentary review with a survey of 126 working journalists in Spain and Latin America, the results of which allow the academic debates to be contextualised with empirical evidence. Three key dimensions are addressed: automation in newsrooms, the evolution of the professional ethos and the need for algorithmic literacy in training programmes. The findings reveal a partial adoption of automated technologies, a widespread ethical concern and a demand for more training in critical AI skills. The study proposes integrating ethical frameworks, technical knowledge and critical thinking in journalism education to respond responsibly to the challenges of the new media ecosystem.

Keywords: Digital journalism, artificial intelligence, algorithmic literacy, automation, professional culture, journalism education, digital ethics.

1. INTRODUCCIÓN

La transformación digital ha redefinido la práctica periodística contemporánea, impulsada por la incorporación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), el aprendizaje automático y los algoritmos de personalización de contenidos (Meso Ayerdi et al., 2023). Estas innovaciones no solo han optimizado los flujos de trabajo en las redacciones, sino que también han generado nuevos desafíos éticos, profesionales y formativos (Codina, 2024).

En este contexto, el presente artículo tiene como objetivo analizar cómo las tecnologías algorítmicas y la inteligencia artificial están afectando la cultura profesional del periodismo y las competencias requeridas en la formación universitaria de los periodistas. Para ello, se propone una revisión crítica y documental que permita identificar los principales puntos de tensión y transformación, así como las estrategias de adaptación desarrolladas por el sector.

La evolución del periodismo hacia entornos digitales automatizados no solo ha reconfigurado su práctica, sino que proyecta escenarios futuros que demandan una revisión crítica de los valores profesionales y los modelos de formación. En este proceso, la inteligencia artificial emerge como una herramienta capaz de optimizar tareas esenciales del ecosistema informativo —desde la producción hasta la distribución de contenidos— aunque su integración está condicionada por barreras económicas, resistencias culturales y desafíos éticos significativos. Estas tensiones configuran un nuevo marco para el ejercicio profesional y la formación académica del periodista contemporáneo (Palomo et al., 2022).

Este trabajo se estructura en tres ejes: en primer lugar, se aborda la automatización y el uso de algoritmos en la producción periodística; en segundo lugar, se analizan los cambios en los valores y dinámicas de la cultura profesional; y, en tercer lugar, se

examina el impacto de estas transformaciones en los programas de formación universitaria en periodismo. Además, el análisis se complementa con los resultados de una encuesta realizada a más de 126 periodistas en activo en España y América Latina, hispanohablantes, cuyas opiniones permiten contextualizar empíricamente las reflexiones teóricas y documentales planteadas. A través de este enfoque, se pretende ofrecer una visión integral sobre los retos y oportunidades que plantea el periodismo digital inteligente, promoviendo una reflexión crítica sobre la necesidad de formar profesionales capaces de actuar de manera ética, competente y crítica en el nuevo ecosistema mediático.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. AUTOMATIZACIÓN DEL PERIODISMO Y ALGORITMOS DE PERSONALIZACIÓN

Las innovaciones tecnológicas disruptivas de los últimos años han reconfigurado profundamente el ecosistema mediático, diluyendo las fronteras tradicionales y dando paso a un modelo híbrido en el que intervienen nuevos actores en la producción y distribución de información. Esta transformación puede entenderse dentro de una lógica ecológica del periodismo, que analiza las interrelaciones entre infraestructuras tecnológicas, prácticas profesionales y dinámicas sociopolíticas (Wiard, 2019). En el caso español, esta evolución ha sido especialmente visible en la consolidación del ecosistema periodístico digital en las últimas dos décadas (Salaverría, 2022). La automatización informativa y los algoritmos de recomendación han reformulado las rutinas en las redacciones, permitiendo la generación automatizada de textos, la optimización de titulares y la personalización de contenidos para audiencias segmentadas (Diakopoulos, 2019). Este entorno dinámico también ha favorecido el auge del periodismo digital inteligente, que integra grandes volúmenes de datos, procesos automatizados y el uso estratégico de la inteligencia artificial para desarrollar soluciones analíticas y organizativas, como señalan Beckett et al. (2023).

Este fenómeno se enmarca dentro del proceso de plataformización de la cultura informativa, en el que las plataformas digitales configuran la lógica de producción, circulación y consumo de contenidos periodísticos (Poell et al., 2019; Van Dijck et al.,

2018). Las relaciones entre medios y plataformas han pasado a ser espacios de negociación asimétrica, donde los medios adaptan su contenido y dinámica a los requerimientos técnicos y económicos impuestos por dichas plataformas (Poell et al., 2023; Rashidian et al., 2019).

El avance de la inteligencia artificial (IA) ha transformado el periodismo, no solo en la generación de contenido mediante sistemas de lenguaje natural, sino también en la personalización de noticias, la verificación de datos en tiempo real y el análisis de grandes volúmenes de información (Vállez & Codina, 2018). Organizaciones como *The Associated Press* han implementado sistemas automatizados en la producción de noticias financieras y deportivas, reduciendo el tiempo de trabajo humano en tareas repetitivas (Freixa et al., 2017). Sin embargo, esta automatización del trabajo informativo también ha planteado interrogantes sobre la transparencia algorítmica, el sesgo automatizado y la pérdida del criterio editorial humano, lo que genera preocupaciones sobre la creación de burbujas informativas y la amplificación de sesgos cognitivos (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Los algoritmos, que filtran y priorizan contenido según las emociones que generan, juegan un papel crucial en la creación de burbujas informativas. Como señala Bakir & McStay (2018), la economía emocional de las noticias falsas ha alterado la manera en que los periodistas producen y distribuyen contenidos.

En el contexto de la desinformación y las noticias falsas, el debate sobre la libertad de expresión se ha intensificado a medida que las plataformas digitales se convierten en los principales canales de difusión de información. Bukovska (2018), en su declaración conjunta sobre la libertad de expresión y las "noticias falsas", subraya la importancia de equilibrar la libertad de expresión con la necesidad de combatir la desinformación. La autora señala que las tecnologías de la información, al ser herramientas poderosas para la comunicación, también pueden ser utilizadas para difundir contenidos engañosos que amenazan la confianza pública en los medios de comunicación y en las democracias. Este reto se ve reflejado en el periodismo digital, donde los algoritmos, al ser utilizados para personalizar contenidos, pueden contribuir a la creación de "burbujas de filtro", favoreciendo la circulación de información sesgada o falsa (Tandoc, Lim & Ling, 2017). Y también los estudios de Wardle & Derakhshan (2017) destacan cómo los entornos

digitales amplifican la desinformación, impactando negativamente en la opinión pública y los procesos democráticos. El entorno digital, definido por una abundancia excesiva de información, crea un espacio propicio para la rápida difusión de noticias falsas, lo que representa una amenaza significativa para los procesos democráticos (Celot, 2012).

La creciente integración de la automatización y el uso de datos en el periodismo digital ha transformado significativamente la manera en que se recopila, genera, verifica y distribuye la información. Este proceso ha afianzado las dinámicas de las redacciones y las prácticas profesionales en línea con las predicciones de Pavlik (2013). En este contexto, el proyecto *JournalismAI*, impulsado por la *London School of Economics*, ha promovido la colaboración entre medios, investigadores y tecnólogos para explorar aplicaciones responsables de la IA en el periodismo. Estos avances no solo han generado herramientas innovadoras, sino que también han abierto un espacio de reflexión sobre las oportunidades, riesgos y principios éticos asociados a esta transformación digital.

A pesar de los avances, es necesario un enfoque crítico y responsable. Algunas propuestas recientes sugieren la creación de guías orientadas a una adopción ética de la inteligencia artificial en el periodismo, promoviendo buenas prácticas y decisiones prudentes que refuercen el compromiso con la calidad, la transparencia y la rendición de cuentas. Aunque las tecnologías digitales continúan avanzando rápidamente, la cultura profesional del periodismo sigue anclada en valores fundamentales como la responsabilidad, la transparencia y la protección de la privacidad, que moderan la implementación de soluciones automatizadas. En este contexto, la función del periodismo como guardián informativo o *gatekeeper* sigue siendo crucial, lo que explica cierta resistencia ante herramientas que, aunque eficientes, podrían comprometer la autonomía profesional y los estándares éticos del oficio.

2.2. TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA PROFESIONAL DEL PERIODISMO

El *ethos* periodístico ha sido históricamente definido por valores fundamentales como la veracidad, la responsabilidad social, la autonomía profesional y la función de *gatekeeper*. Sin embargo, la incursión de la tecnología en los medios en un contexto de transformación digital acelerada ha puesto a prueba estos principios. El auge de la

inteligencia artificial y otras herramientas digitales ha transformado la dinámica de las redacciones, impulsando un modelo de periodismo híbrido que combina habilidades tecnológicas y narrativas (Witschge et al., 2016; Salaverría & Martínez Costa, 2021). Y como plantean Deuze y Witschge (2018), el periodismo ya no puede definirse únicamente por sus prácticas heredadas, sino como un campo en constante negociación, moldeado por actores, tecnologías y condiciones cambiantes. Se ha producido una reconfiguración en la ética del periodismo, pues los algoritmos priorizan contenidos en función del *engagement*, a menudo por encima de la relevancia informativa (Lewandowsky et al., 2017). Y toda esta reconceptualización nos debe permitir entender el rol del periodista como un agente híbrido, que opera entre lo profesional, lo participativo y lo automatizado. Este tipo de transformaciones debe contemplarse dentro de los marcos de cambio organizacional que afectan a las prácticas, rutinas y estructuras de las redacciones. Como señalan Anderson et al. (2012), los cambios tecnológicos generan tensiones entre las normas profesionales establecidas y las nuevas dinámicas impuestas por la digitalización, lo que obliga a los periodistas a redefinir sus roles. Pavlik (2013) ya advertía que el futuro del periodismo depende de su capacidad para adaptarse creativamente a los entornos tecnológicos emergentes, mientras que Domingo (2008) subraya la importancia de los procesos de innovación desde una lógica de producción híbrida, donde convergen saberes técnicos, narrativos y organizacionales.

La tensión entre estos avances tecnológicos y los principios tradicionales del periodismo, como la responsabilidad, la transparencia y la privacidad, pone de manifiesto un dilema ético. Si bien los algoritmos y las soluciones tecnológicas prometen eficiencia y nuevas formas de distribuir contenido, la función de gatekeeper sigue siendo una preocupación fundamental en la profesión. Este escenario ha generado cautela en la adopción temprana de innovaciones tecnológicas, especialmente cuando estas pueden comprometer la autonomía profesional (Ryfe, 2012).

A su vez, el estudio de los procesos de innovación en grandes empresas de comunicación, como el grupo Prisa, evidencia cómo las mejoras en los modelos de distribución de contenidos suelen surgir de alianzas estratégicas con compañías

tecnológicas, en un enfoque denominado innovación "outside in" —en el que el conocimiento externo impulsa el desarrollo interno de la organización (Gassmann & Enkel, 2004). En contraste, las innovaciones centradas en la producción de contenido o en la optimización de servicios a menudo provienen de los propios departamentos tecnológicos de la empresa, lo que corresponde a un enfoque de innovación "inside in", donde los recursos internos se explotan para nuevas aplicaciones externas (Enkel et al., 2009). Mineiro et al. (2021) explican los modelos de innovación sobre procesos colaborativos entre medios, universidades, tecnología y sociedad civil, así como debemos tener en cuenta los aspectos de innovación tecnológica en el periodismo digital (Steensen & Westlund, 2021). Asimismo, algunas iniciativas intersectoriales entre distribuidores, desarrolladores de contenidos y proveedores tecnológicos promueven un ecosistema digital más integrado, generando un nuevo escenario en el que los principios de la ética periodística deben encontrar su lugar entre la eficiencia tecnológica y los imperativos éticos y deontológicos.

La implementación de inteligencia artificial en las redacciones no está exenta de resistencia. De acuerdo con Sanguinetti y Palomo (2024), muchos periodistas experimentan ansiedad frente a la automatización, ya que temen que estas tecnologías comprometan la autenticidad y la autonomía de su labor profesional. Este contexto refleja cómo la cultura profesional del periodismo oscila entre la adaptación a las presiones tecnológicas y la resistencia frente a los riesgos éticos, destacando el desafío constante de equilibrar innovación y responsabilidad.

2.3. NUEVAS COMPETENCIAS EN LA FORMACIÓN PERIODÍSTICA

La formación periodística enfrenta el reto de preparar profesionales capaces de interactuar críticamente con tecnologías inteligentes. Se requieren nuevas competencias, como la alfabetización algorítmica, el pensamiento computacional, el análisis de datos y la ética digital (Carlson, 2020). Estas habilidades no sustituyen las competencias tradicionales, como la verificación, la redacción o la investigación, sino que las complementan, en un entorno de producción híbrido, al integrar nuevos marcos de alfabetización crítica sobre la inteligencia artificial y el rol de los algoritmos en los procesos informativos. En esta línea, Deuze y Beckett (2022) proponen desarrollar una

literacia algorítmica que no solo forme en el uso técnico de herramientas, sino que habilite a los periodistas a imaginar y negociar su rol en un ecosistema cada vez más automatizado.

Ante estos cambios, los programas educativos han comenzado a incluir formación en alfabetización algorítmica y análisis de datos masivos (Guess et al., 2020). Iniciativas como EduCAC en España y *The Learning Network* en EE.UU. han desarrollado estrategias pedagógicas para capacitar a periodistas en el uso de IA y herramientas de verificación digital (Aguaded & Delgado-Ponce, 2019).

La evolución de la agenda mediática en torno a la desinformación ha tenido un impacto directo en la formación periodística y en la cultura profesional del sector. Un análisis de la cobertura en la prensa española entre 2016 y 2022 evidencia que, mientras en los primeros años predominaba la publicación de artículos centrados en la identificación y desmentido de bulos, en la actualidad se observa una mayor inclinación hacia enfoques interpretativos. Estos permiten a los medios no solo contextualizar las causas del auge de la desinformación, sino también proponer medidas y estrategias para mitigar su impacto (Cea et al., 2023b). Este cambio en el tratamiento informativo refleja la creciente responsabilidad del periodismo en la alfabetización mediática, reforzando su rol no solo como agente de verificación, sino también como promotor del pensamiento crítico y la formación ciudadana en entornos digitales. La alfabetización mediática, digital e informacional se convierte en una competencia clave para enfrentar los cambios en los hábitos de consumo informativo en la era digital, tal como señalan Aguaded & Romero-Rodríguez (2015), quienes destacan la necesidad de formar ciudadanos críticos frente a los riesgos de la desinformación en la infoesfera. En este contexto, Floridi (2010) lo define como el entorno informacional global donde interactúan agentes humanos y artificiales, sistemas digitales, contenidos y flujos de datos. La infoesfera no solo representa un espacio de circulación de la información, sino que configura una nueva realidad sociotécnica en la que se diluyen las fronteras entre lo físico y lo digital. Este entorno genera nuevas tensiones éticas y profesionales para el periodismo, al verse inmerso en dinámicas informacionales hiperconectadas,

automatizadas y altamente sensibles a los algoritmos que modulan la visibilidad de los contenidos.

3. METODOLOGÍA

Este estudio utilizó una combinación de análisis documental y encuestas para abordar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo, con un enfoque particular en la automatización de procesos y la alfabetización algorítmica en los periodistas. Se llevó a cabo una exhaustiva revisión de la literatura académica y estudios de caso relevantes, tanto nacionales como internacionales, para comprender cómo la IA está siendo implementada en el ámbito periodístico. Esta revisión se centró en estudios sobre la automatización en redacciones (Lindén, 2017; Caswell & Dörr, 2018; Pérez-Seijo et al., 2023), el uso de algoritmos para la personalización de contenidos (Lewandowsky et al., 2020; Napoli, 2021) y los cambios en las prácticas profesionales y éticas derivadas de la incorporación de tecnologías emergentes (García-Avilés, 2014; Murcia-Verdú & Ufarte-Ruiz, 2019; García-Avilés et al., 2023). Se analizaron artículos, informes y libros recientes que abordan el impacto de la IA en la producción de noticias, la ética del periodismo digital y las tendencias de la formación periodística en la era de la automatización (Vállez & Codina, 2018; Codina, 2024).

Con el fin de obtener datos empíricos sobre la percepción de los periodistas sobre el impacto de la IA en su trabajo, así como su nivel de preparación en alfabetización algorítmica, se diseñó y distribuyó una encuesta online. La muestra incluyó a 126 periodistas hispanohablantes de diferentes medios de comunicación y profesionales en activo, quienes fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. La encuesta constó de once preguntas cerradas y abiertas, abordando temas como el uso de herramientas automatizadas en las redacciones, la formación en IA y su disposición para adaptarse a las nuevas tecnologías. La encuesta fue anónima, voluntaria y no requirió aprobación de comité ético, según los criterios de la institución convocante.

Los temas tratados en la encuesta incluyeron:

- Uso de herramientas de IA: qué tecnologías utilizan y en qué áreas (generación de contenido, personalización de noticias, verificación de datos, etc.).
- Alfabetización algorítmica: el nivel de formación recibido sobre IA y su disposición para capacitarse en el futuro.
- Percepción sobre la IA: la visión de los periodistas sobre los beneficios y riesgos de la automatización en el periodismo.

La recolección de datos se realizó durante los primeros seis meses de 2024. Los resultados fueron analizados cualitativamente, buscando patrones en las respuestas de los periodistas y cuantitativamente, evaluando la frecuencia con la que ciertos temas aparecían en las respuestas. Para asegurar la validez y confiabilidad de los resultados, se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas y análisis de contenido en las respuestas abiertas.

Para asegurar la robustez de los resultados, se utilizó la triangulación entre los datos obtenidos del análisis documental y los resultados de las encuestas. Este enfoque permitió no solo corroborar los hallazgos de la literatura existente, sino también contrastarlos con las percepciones y experiencias de los periodistas en activo. La triangulación ayudó a garantizar que los resultados fueran representativos de la realidad del sector periodístico, proporcionando una visión más completa de cómo la IA está transformando tanto las prácticas profesionales como la formación de futuros periodistas.

4. RESULTADOS

4.1. ADOPCIÓN DE HERRAMIENTAS AUTOMATIZADAS EN LAS REDACCIONES

La adopción de herramientas automatizadas en las redacciones ha sido gradual y selectiva, y los medios de comunicación han adoptado diversas estrategias para enfrentar los desafíos tecnológicos, ajustando sus estructuras y procesos de acuerdo con sus capacidades y recursos. Aunque se han identificado casos en medios internacionales que han implementado sistemas automatizados para generar contenidos deportivos,

financieros o meteorológicos, el uso de estas herramientas sigue siendo complementario al trabajo periodístico humano, no sustitutivo, lo que refleja una cultura profesional aún cautelosa respecto al reemplazo total por IA, lo vemos en la tabla 1.

En cuanto a la verificación de información, los medios han implementado tres modelos principales. Primero, el modelo responsable, con unidades especializadas en verificación que apoyan transversalmente a las redacciones. Segundo, el modelo educativo, en el que los periodistas reciben formación específica en verificación dentro de sus respectivas áreas. Finalmente, han surgido agencias especializadas en verificación de hechos (*fact-checking*), que combinan periodismo de datos con metodologías avanzadas para la detección de desinformación (Cea et al., 2023a).

Tabla 1. Resultados. Adopción de herramientas automatizadas en las redacciones

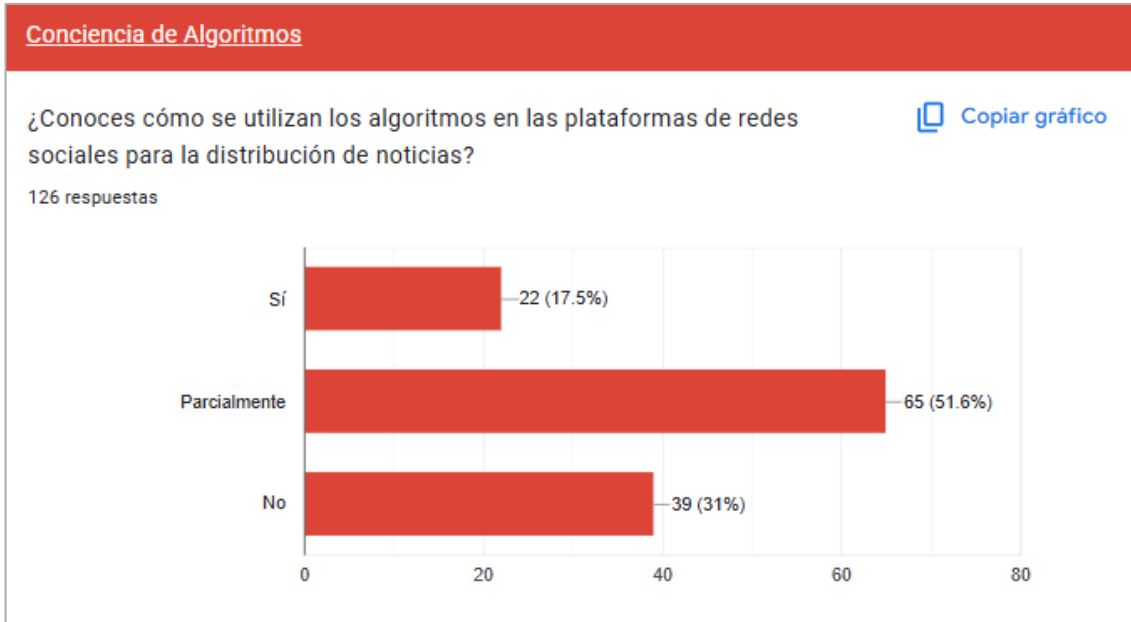
Modelo	Descripción	Ejemplo de aplicación	Grado de automatización
Asistido	La IA apoya a los periodistas en tareas como búsqueda y verificación de datos	<i>Fact-checking</i> automatizado con IA	Bajo
Híbrido	La IA genera contenidos preliminares que luego son revisados por humanos	Producción de resúmenes de noticias	Medio
Automatizado parcial	Algoritmos generan contenido con mínima intervención humana	Noticias financieras automatizadas	Alto
Totalmente automatizado	IA produce y publica noticias sin intervención humana	Generación de boletines personalizados	Muy alto

Fuente: elaboración propia.

En relación con la conciencia sobre los algoritmos, el 51,6% de los periodistas encuestados afirmó que conocía parcialmente cómo se utilizan los algoritmos en las plataformas de redes sociales para la distribución de noticias; el 31% señaló que no conocía este funcionamiento, mientras que sí lo conocía el 17,5%, según vemos en la imagen 1. Esto refleja una transformación en la práctica periodística, que subraya la

necesidad de formación continua en la ética del uso de IA, asegurando que la tecnología apoye, pero no reemplace, el juicio humano en la producción y verificación de información (Caetano, 2021).

Imagen 1. Conocimiento de los algoritmos en las plataformas de redes sociales

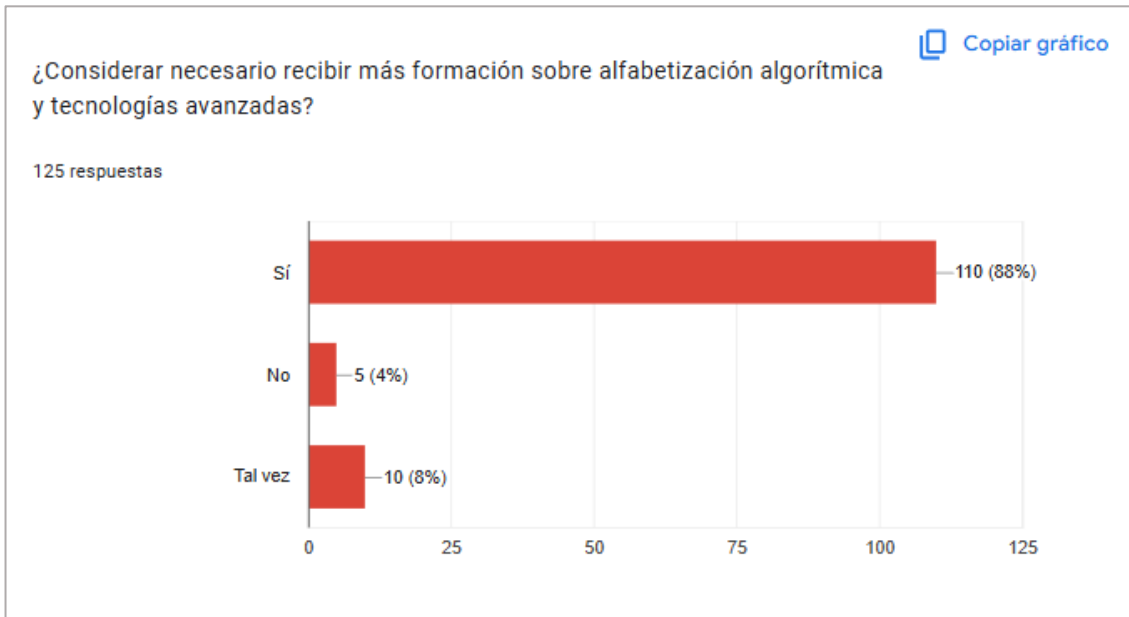


Fuente: Encuesta

4.2. FORMACIÓN EN ALFABETIZACIÓN ALGORÍTMICA

Algunas universidades han comenzado a incorporar contenidos vinculados con inteligencia artificial, ciencia de datos y programación en sus planes de estudio. Sin embargo, esta incorporación es desigual y todavía incipiente. La alfabetización algorítmica se perfila como una competencia transversal, que requiere tanto conocimientos técnicos como una capacidad crítica para evaluar los impactos éticos de estas tecnologías. A pesar de la creciente automatización, el 88% de los encuestados considera necesario recibir más formación sobre alfabetización algorítmica y tecnologías avanzadas (imagen 2), lo que subraya la necesidad urgente de fortalecer programas educativos en competencias digitales avanzadas (Tejedor et al., 2020).

Imagen 2. Formación en alfabetización algorítmica



Fuente: Encuesta

En este contexto, algunas iniciativas educativas han adoptado enfoques destacados para la formación en estas áreas. Por ejemplo, EduCAC se centra en la alfabetización algorítmica y la verificación de noticias, mientras que El ABC de la Alfabetización Mediática en Perú se enfoca en la alfabetización mediática e informacional. Ambas han logrado una mayor implementación en programas educativos y han sido más efectivas en la formación de periodistas. No obstante, otras iniciativas presentan un nivel medio de adopción, debido a los desafíos inherentes a su implementación y alcance. Así lo apreciamos en la tabla 2.

Tabla 2. Resultados. Formación en alfabetización algorítmica

Iniciativa	País/Región	Objetivo principal	Impacto en la formación de periodistas	Nivel de adopción
EduCAC	España	Formación en alfabetización algorítmica y verificación de noticias	Mejora la capacidad crítica de estudiantes y periodistas en formación	Alto
El ABC de la Alfabetización Mediática	Perú	Alfabetización mediática e informacional	Desarrollo de habilidades críticas en el consumo de información	Alto
The Learning Network	EE.UU.	Capacitación en herramientas	Introducción a nuevas tecnologías	Medio

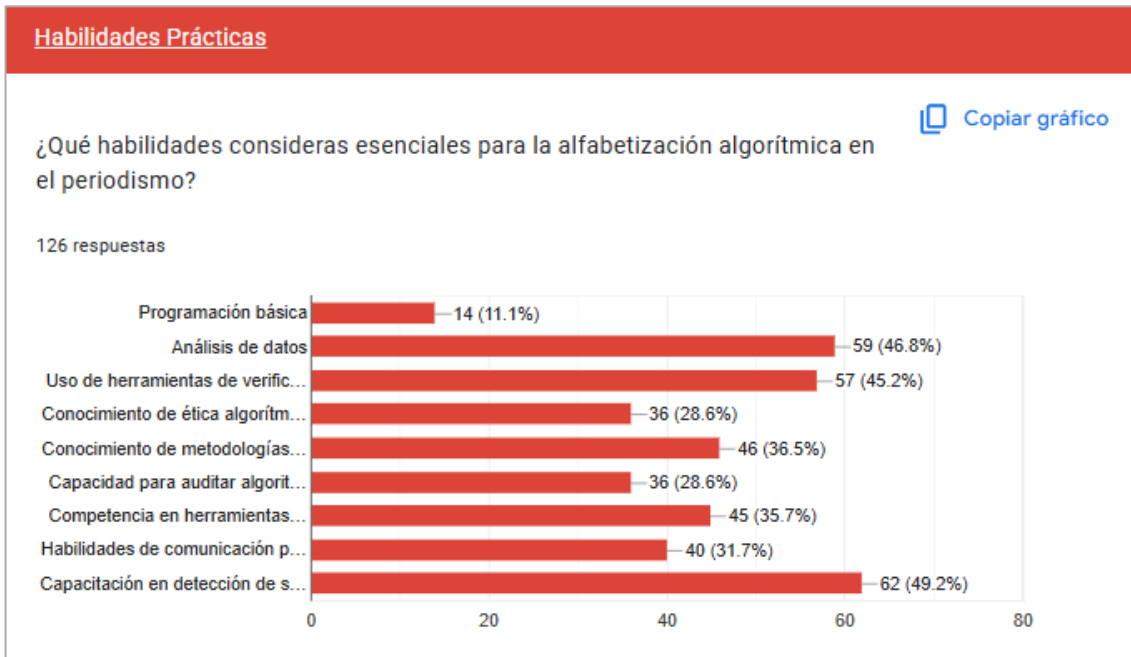
Iniciativa	País/Región	Objetivo principal	Impacto en la formación de periodistas	Nivel de adopción
		digitales y análisis de datos	aplicadas al periodismo	
Público na Escola	Portugal	Educación mediática para jóvenes y análisis de contenido informativo	Fortalece la capacidad de análisis de estudiantes en edad escolar	Medio
Mentes AMI	España	Concienciación sobre el impacto de los algoritmos en la información	Desarrollo de pensamiento crítico en audiencias jóvenes	Medio

Fuente: elaboración propia.

En este sentido, los resultados reflejan que los periodistas priorizan competencias prácticas orientadas a la detección y análisis crítico de los algoritmos más que habilidades técnicas avanzadas, como vemos en la Imagen 3. La categoría de Capacitación en detección de sesgos lidera con un 49,2% este epígrafe sobre las habilidades consideradas esenciales para la alfabetización algorítmica en el periodismo, seguida por el Análisis de datos (46,8%) y el Uso de herramientas de verificación (45,2%). Esto indica que el foco de la alfabetización algorítmica en el periodismo está más vinculado a la capacidad de examinar y contrastar el contenido que circula en entornos digitales que a la creación de tecnología propiamente dicha.

En cambio, la Programación básica es considerada poco esencial, con apenas un 11,1%, lo que evidencia que la mayoría de los profesionales no ve necesaria una formación técnica profunda en código para desarrollar habilidades críticas en relación con la IA. Esto refuerza la idea de una alfabetización centrada en la comprensión funcional y ética de los algoritmos, en lugar de su desarrollo técnico.

Imagen 3. Habilidades esenciales para la alfabetización algorítmica en el periodismo



Fuente: Encuesta

5. DISCUSIÓN

5.1. IMPACTO EN LA ÉTICA PERIODÍSTICA

La introducción de algoritmos en el quehacer periodístico plantea importantes desafíos éticos, como la opacidad tecnológica, la delegación de decisiones editoriales y el riesgo de sesgos automatizados. La función ética del periodista como garante de la calidad y veracidad informativa se ve comprometida si no se desarrolla una supervisión humana crítica de los procesos automatizados. En la actualidad, la inteligencia artificial (IA) está integrada en todas las etapas del proceso informativo, desde la recopilación y análisis de datos hasta la producción y difusión de noticias. Esta omnipresencia tecnológica ha suscitado preocupaciones sobre la transparencia, la rendición de cuentas y la equidad informativa.

Estudios previos sugieren que los medios de comunicación han abordado las implicaciones éticas de la IA de manera gradual, a menudo en respuesta a la creciente influencia de estas herramientas, el escepticismo del público y las tensiones entre las estrategias editoriales y las inquietudes de los periodistas sobre la automatización de su trabajo. Este fenómeno, además, se da en un contexto donde el periodismo enfrenta desafíos sin precedentes, debido a la convergencia de fenómenos como el populismo,

la polarización y la posverdad, los cuales representan una amenaza latente para la estabilidad democrática (Naím, 2022; Chadwick, 2013). El actual ecosistema mediático ha servido como catalizador de estas dinámicas, favoreciendo la rápida difusión de narrativas sesgadas y manipuladoras (Jenkins, 2006; Deuze, 2008; Watts & Rothschild, 2017). Y como plantea Scolari (2015), el ecosistema mediático debe entenderse como un entorno dinámico donde los medios interactúan, coevolucionan y compiten, generando procesos de adaptación y reconfiguración en las prácticas profesionales del periodismo.

La crisis informativa amplificada por el modelo digital e híbrido de los medios ha contribuido a la propagación de información engañosa, consolidando el fenómeno de la posverdad. En este contexto, el periodismo debe reforzar su compromiso con la verificación de datos y la transparencia en sus procesos informativos, a fin de contrarrestar los efectos de la desinformación y fortalecer la confianza en la prensa. La ética, entonces, no es un componente accesorio sino estructural para el ejercicio profesional en el nuevo ecosistema mediático.

Estos dilemas aún carecen de resoluciones definitivas, lo que subraya la urgencia de establecer marcos normativos claros. Esta necesidad se enmarca en lo que Reese (2021) denomina como una crisis estructural del periodismo institucional, caracterizada por la pérdida de autoridad social de los medios tradicionales frente al dominio de las plataformas digitales. En este escenario, los valores éticos del periodismo requieren una resignificación que responda tanto a las nuevas condiciones de producción como a los desafíos democráticos del entorno mediático. Es crucial que los medios de comunicación y los profesionales del sector trabajen en la formulación de marcos éticos sólidos que permitan la integración responsable de estas tecnologías, garantizando al mismo tiempo la defensa de los valores fundamentales del periodismo (Porlezza & Schapals, 2024). Además, el uso de IA en la curación de contenido plantea interrogantes sobre la transparencia y la rendición de cuentas en el periodismo digital, ya que la automatización de noticias puede generar dependencia de sistemas opacos que afectan la pluralidad informativa (Benesch, 2023; Morales-Vargas et al., 2022).

5.2. DESAFÍOS EN LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS

Uno de los mayores retos es integrar los conocimientos técnicos de la IA en la formación de los periodistas sin descuidar su formación humanística y ética. Es necesario que las universidades transiten hacia modelos de enseñanza interdisciplinarios que combinen ciencia de datos, inteligencia artificial, comunicación y ética. Solo así se podrá formar a periodistas capaces de desenvolverse en entornos inteligentes sin perder de vista su función social.

En este sentido, los resultados del presente estudio, como el bajo porcentaje de periodistas que ha recibido formación específica en el uso de IA, reflejan una brecha formativa preocupante. Esta carencia no solo compromete la calidad profesional, sino que limita la capacidad de los periodistas para actuar como mediadores críticos entre la tecnología y la ciudadanía. A su vez, esta situación contrasta con las recomendaciones recogidas en la literatura, que destacan la alfabetización algorítmica y el pensamiento computacional como competencias prioritarias en la era digital (Carlson, 2020; Guess et al., 2020). Por tanto, la falta de formación específica en IA refleja una brecha preocupante, que limita la capacidad de los periodistas para desenvolverse éticamente en entornos automatizados.

Martín-Martín & Palomo (2023) argumentan que está en auge la figura del periodista educomunicador, un perfil que cobra relevancia en el ecosistema de desorden informativo actual. El periodista educomunicador no solo enfrenta el desafío de combatir la desinformación, sino que también tiene la responsabilidad de asumir un rol activo en su mitigación, destacando su potencial como una nueva especialización profesional. Este enfoque resalta la necesidad de fortalecer la formación de los periodistas como educadores mediáticos, consolidando así su papel en la lucha contra la desinformación (Pérez-Rodríguez et al., 2022).

6. CONCLUSIONES

Las transformaciones tecnológicas impulsadas por la inteligencia artificial, la automatización de procesos y el uso de algoritmos han reconfigurado de forma profunda tanto la cultura profesional del periodismo como los enfoques educativos

orientados a su ejercicio. Este nuevo ecosistema exige no solo actualizaciones técnicas, sino también adaptaciones éticas, culturales y formativas que permitan a los periodistas responder de manera crítica a las complejidades del entorno digital.

El avance del periodismo digital inteligente plantea desafíos estructurales en la producción, verificación y difusión de contenidos. Ante estos retos, se identifican tres pilares fundamentales que deben guiar la evolución del campo: la alfabetización algorítmica, el pensamiento crítico y la ética profesional. Estos elementos se consolidan como competencias clave para asegurar la calidad, pertinencia y credibilidad del periodismo en un contexto marcado por la automatización, la desinformación y la crisis de confianza informativa.

Asimismo, los cambios tecnológicos también han impulsado una mutación en la cultura profesional del periodismo, caracterizada por un modelo híbrido que combina habilidades narrativas tradicionales con destrezas digitales avanzadas. Este modelo, aunque prometedor, requiere un equilibrio constante entre eficiencia tecnológica y principios deontológicos. La adopción de IA no debe sustituir la función ética del periodista como garante de la veracidad, la transparencia y la responsabilidad social.

En este escenario, la formación académica cobra un papel central. Las universidades están llamadas a rediseñar sus programas desde una perspectiva interdisciplinaria, integrando saberes de la ciencia de datos, la comunicación y la ética. A pesar de los avances en la inclusión de contenidos vinculados a la IA y la alfabetización digital, la formación aún muestra disparidades importantes. Se hace necesario fortalecer los planes de estudio, fomentar experiencias prácticas con tecnologías emergentes, e impulsar el desarrollo del perfil del periodista educador como agente activo frente al desorden informativo (Martín-Martín & Palomo, 2023; Pérez-Rodríguez et al., 2022).

Finalmente, se subraya la necesidad urgente de establecer marcos regulatorios éticos y normativos que acompañen estos procesos de transformación. Solo a través de una implementación crítica y responsable de la innovación tecnológica será posible garantizar un periodismo que no solo sea eficiente, sino también ético, autónomo y comprometido con la sociedad digital. Este enfoque integral permitirá formar

profesionales que no se limiten a consumir tecnología, sino que se conviertan en actores estratégicos en su uso, consolidando así un modelo de periodismo éticamente sostenido y socialmente relevante.

7. REFERENCIAS

Aguaded, I., & Romero-Rodríguez, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in The Knowledge Society (EKS)*, 16(1), 44-57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>

Aguaded, I., & Delgado-Ponce, A. (2019). Educommunication. *The international encyclopedia of media literacy*, 1-6. <https://doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0061>

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism: Adapting to the present. *Geopolitics, history & international relations*, 7(2).

Beckett, C., Sanguinetti, P., & Palomo, B. (2023). New frontiers of the intelligent journalism. En M.C. Negreira-Rey, J. Vázquez-Herrero, J. Sixto-García, & X. López-García (Eds.), *Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media: New Actors, Models and Practices* (pp. 275-288). Springer International Publishing.

https://doi.org/10.1007/978-3-031-43926-1_19

Benesch, S. (2023, 2 agosto). Civil society puts a hand on the wheel: Diverse responses to harmful speech. *Dangerous Speech Project*. <https://bit.ly/47j1X1H>

Bukovska, B. (2018). Declaración conjunta sobre Libertad de Expresión y "Noticias Falsas". policycommons.net. *Centre for Law and Democracy*.

Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

Caetano, K. (2021). Extensiveness Of Victims And Perceptual Intensity Of Covid-19 In Visual Experiences Of The New York Times And Folha De S. Paulo. *Brazilian Journalism Research*, 17(1), 152-177. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n1.2021.1339>

- Carlson, M. (2020). What do we do when journalism stops working? *Political Communication*, 37(4), 582-584. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1777684>
- Caswell, D., & Dörr, K. (2018) Automated Journalism 2.0: Event driven narratives, *Journalism Practice*, 12(4), 477-496, <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1320773>
- Cea, N., Torres, M. J. F., & Rodríguez, L. T. (2023a). Tratamiento del fenómeno de la desinformación en la prensa española. Un análisis de su evolución. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 881. <https://doi.org/10.5209/esmp.88087>
- Cea, N., Teruel, L., & Duque., B. (2023b). The impact of disinformation on journalistic content. En S. Peña-Fernández, & K. Meso-Ayerdi (Eds.), *News in the Hybrid Media System* (pp. 125-135). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Cea, N. (2016). El papel de la innovación y la tecnología en los medios de comunicación: revisión de la literatura académica y propuesta de clasificación. *Razón y Palabra*, 20(2), 853-867.
- Celot, P. (2021). *MEDIA COACH. How to become a media Literacy Coach*. Eavi.eu <https://bit.ly/4dagbna>
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>
- Codina, L. (2024). La inteligencia artificial y el mundo de la comunicación: paradigmas y atención crítica. *adComunica*, (28), 319-322. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/8347>
- Deuze, M. (2008). The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture. *Observatorio (OBS) Journal*, 7.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>

Deuze, M., & Beckett, C. (2022). Imagination, algorithms and news: Developing AI literacy for journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1913-1918.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2119152>

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674239302>

Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of computer-mediated communication*, 13(3), 680-704. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x>

Enkel, E., Gassmann, O., & Chesbrough, H. (2009). Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon. *R&d Management*, 39(4), 311-316.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2009.00570.x>

Floridi, L. (2010). *The Philosophy of Information*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199232383.001.0001>

Freixa, P., Soler-Adillon, J., Soler-Adillon, C., Sora-Domenjó, C., Ribas, J. I. (2014). Snow Fall and a Short History of the Highrise: Two Approaches to Interactive Communication Design by The New York Times. *Textual & Visual Media*, 7, 63–84.

Freixa, P., Pérez Montoro, M., & Codina, L. (2017). Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *Profesional de la Información*, 26(6), 1076–1090.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.07>

García-Avilés, J. A. (2014). Online Newsrooms as Communities of Practice: Exploring Digital Journalists' Applied Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 29(4), 258–272.

<https://doi.org/10.1080/08900523.2014.946600>

García-Avilés, J.A., Herrera Damas, S., Meier, K. (2023). Innovación periodística: Ampliar el campo de la investigación [Presentación del monográfico]. *Doxa Comunicación*, 37, 333-339.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1947>

Gassmann, O., & Enkel, E. (2004). *Towards a Theory of Open Innovation: Three Core Process Archetypes*. University of St.Gallen.

Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J., & Sircar, N. (2020). 'A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India,' *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(27), 15536–15545.

<https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

<http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2020). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(4), 367-376. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.08.006>

Lindén, C.-G. (2017). “Algorithms for journalism: The future of news work”. *The journal of media innovations*, 4(1), 60-76. <https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420>

Martín-Martín, F. M., & Palomo, B. (2023). Capítulo 14. El periodista educomunicador en la era de los desórdenes informativos. *Espejo De Monografías De Comunicación Social*, (19), 193–204. <https://doi.org/10.52495/c14.emcs.19.p105>

Meso Ayerdi, K., Larrondo Ureta, A., & Peña Fernández, S. (2023). Algoritmos, inteligencia artificial y periodismo automatizado en el sistema híbrido de medios. *Sociedad Española de Periodística*. <https://doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.0>

Mineiro, A., Souza, T. A., & Castro, C. (2021). The quadruple and quintuple helix in innovation environments (incubators and science and technology parks). *Innovation & Management Review*, 18(3), 292-307. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2019-0098>

Morales-Vargas, A., Pedraza, R., & Codina, L. (2022). Website quality in digital media: literature review on general evaluation methods and indicators and reliability attributes. *Revista latina de comunicación*, (80), 39-63. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1515>

Murcia-Verdú, F. J., & Ufarte-Ruiz, M. J. (2019). Mapa de riesgos del periodismo hi-tech. *Hipertext.net*, (18), 47-55. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2019.i18.05>

Naím, M. (2022). *La revancha de los poderosos*. Debate.

Napoli, P. M. (2021). The platform beat: Algorithmic watchdogs in the disinformation age. *European Journal of Communication*, 36(4). 376–390.
<https://doi.org/10.1177/02673231211028359>

Palomo, B., & Sedano, J. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de Fake news. El caso de B de Buló. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1384-1397.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>

Palomo, B., Heravi, B., & Masip, P. (2022). Horizon 2030 in Journalism: A predictable future starring AI?. In *Total Journalism: Models, Techniques and Challenges* (271-285). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6_20

Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital journalism*, 1(2), 181-193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>

Pérez-Rodríguez, M. A., Jaramillo-Dent, D., & Alencar, A. P. (2022). Culturas digitales en las redes sociales. *Revista ICONO14*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>

Pérez-Seijo, S., Barbosa, S., & Vicente, P. N. (2023). Artificial intelligence in journalism: case study of the Spanish, Portuguese and Brazilian news media systems. En M.C. Negreira-Rey, J. Vázquez-Herrero, J. Sixto-García, & X. López-García (Eds.), *Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media: New Actors, Models and Practices* (pp. 261-274). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43926-1_18

Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. F. T. M. (2019). Concepts of the Digital Society: Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2023). Spaces of negotiation: Analyzing platform power in the news industry. *Digital Journalism*, 11(8), 1391-1409.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2103011>

Porlezza, C., & Schapals, A. K. (2024). AI ethics in journalism (studies): An evolving field between research and practice. *Emerging Media*, 2(3), 356-370.

<https://doi.org/10.1177/27523543241288818>

Rashidian, N., Civeris, G., Brown, P. (2019). *Platforms and Publishers: The End of an Era*. Tow Center for Digital Journalism at Columbia's Graduate School of Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platforms-and-publishers-end-of-an-era.php

Reese, S. D. (2021). *The Crisis of the Institutional Press*. Polity Press.

Ryfe, D.M. (2012). Why objectivity is impossible in networked journalism and what this means for the future of news. *News with a view: Essays on the eclipse of objectivity in modern journalism*, 189-204.

Salaverría, R., & Martínez Costa, M. P. (2021). *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Salaverría, R. (2022). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. *Espejo de Monografías de Comunicación*, (7), 21–31.

<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.7.p92>

Sanguinetti, P., & Palomo, B. (2024). "An Alien in the Newsroom: AI Anxiety in European and American Newspapers." *Social Sciences* 13(11), 608.

<https://doi.org/10.3390/socsci13110608>

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa Editorial.

Steensen, S., & Westlund, O. (2020). *What is digital journalism studies?* Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9780429259555>

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake news". *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Tejedor Calvo, S., Cervi, L., Perez Tornero, J. M., Pulido Rodriguez, C., Sanjines Toubia, D. C., Zhang, W., Tayie, S., Ruiz, J., Vila, P., Sánchez-Corral, D., Crespo Haro, E., Mayoral, E., Martin Pascual, M.A., & Canovas, P. (2019). *Detección de noticias a través de*

aplicaciones de inteligencia artificial: La inteligencia artificial aplicada a informativos 2019-2020. Edicions UAB.

<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/informe1.pdf>

Vállez, M.; Codina, L. (2018). "Periodismo computacional: evolución, casos y herramientas". *Profesional de la Información*, 27(4), 759-768.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.05>

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford university press.

<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018) 'The spread of true and false news online,' *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.

Watts, D. J., & Rothschild, D. M. (2017). The minority report on the fake news crisis: (spoiler alert: it's the real news). En M. Schudson et al. (Eds.), *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem* (pp. 23-37). Annenberg School for Communication.

Wiard, V. (2019). News Ecology and News Ecosystems. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.847>

Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., & Hermida, A. (2016). *The SAGE handbook of digital journalism*. SAGE <https://doi.org/10.4135/9781473957909>