



Tesis de licenciatura en periodismo

Cecilia Silvana Castro

Licenciatura en Periodismo

2025

Inteligencia artificial en el periodismo: impacto, desafíos y el caso Infobae como modelo de integración tecnológica

Resumen

La irrupción de la inteligencia artificial en el periodismo transforma la producción, distribución y validación de la información. El eje del debate no es si la IA reemplazará a los periodistas, sino cómo la colaboración entre humanos y tecnología redefine el oficio. Infobae, pionero en la región al integrar plataformas de IA propias, muestra que la automatización agiliza procesos y libera al periodista para tareas de interpretación y validación ética. Sin embargo, el juicio profesional sigue siendo irremplazable para garantizar calidad y confianza.

La investigación, basada en bibliografía, reportes y entrevistas a editores y redactores de Infobae, revela que la IA potencia la velocidad y la producción, pero no sustituye la contextualización ni la creatividad editorial. Las redacciones requieren periodistas que dominen herramientas tecnológicas y sostengan la responsabilidad ética, en un contexto donde existe riesgo de uniformidad informativa y dependencia tecnológica externa.

La automatización se plantea como aliada para potenciar el valor narrativo y crítico, sin reemplazar la función central del periodista. El modelo más efectivo es el de “colaboración inteligente”, donde la máquina asume tareas operativas y el periodista conserva la estrategia y creatividad. Persisten desafíos regulatorios en propiedad intelectual, responsabilidad legal y marcos éticos para garantizar transparencia y trazabilidad.

Infobae representa un modelo híbrido que integra tecnología, personalización y resguarda su identidad periodística, demostrando que el avance depende siempre del control de equipos calificados. La IA inaugura una revolución en el periodismo, pero la capacidad crítica y social del periodista sigue siendo insustituible. El reto es actualizar la formación, fortalecer la gobernanza y mantener la función pública del periodismo sin ceder autonomía ni diversidad profesional.

Palabras clave

Inteligencia artificial, periodismo digital, automatización, redacciones híbridas, Infobae, automatización de procesos, juicio profesional, criterio humano, desafíos éticos, desinformación, propiedad intelectual, formación profesional, regulación, marcos legales, creatividad periodística, plataforma Scrib News, Autonomous, innovación en medios.

Cecilia Silvana Castro	1
Resumen	2
Palabras clave	2
Introducción	4
Fundamentos del enfoque y marco de estudio	4
Síntesis teórica y estructura del trabajo	6
El caso Infobae	11
El valor irremplazable del periodista frente a la inteligencia artificial	21
Lo que los algoritmos no pueden decidir	22
La IA como soporte, nunca como sustituto	23
Definición y tipos de inteligencia artificial periodística	27
Automatización y redacción: impacto en rutinas y roles	29
IA y desinformación: límites y desafíos	31
Transformación del perfil profesional y formación de periodistas	32
Desafíos regulatorios y legales	34
Responsabilidad legal, ética y contractual	36
Retos a futuro	38
Tendencias a futuro	39
La pregunta urgente en la era digital	43
La gestión de la crisis de tiempos	44

Introducción

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en el ámbito del periodismo es reconocida como un hito de transformación que reconfigura los procesos productivos, las competencias profesionales y los límites éticos de la labor informativa en el siglo XXI. La presente tesis se inserta en este contexto de cambio acelerado, donde la tecnología es percibida tanto como una herramienta de eficiencia inédita como una fuente de dilemas sobre la subsistencia del criterio humano.

El objetivo central de este trabajo está constituido por el análisis de la tensión irreducible que existe entre la eficiencia algorítmica que provee la IA y el valor irremplazable del juicio ético y la creatividad periodística. Para abordar esta problemática, fue seleccionado un caso de estudio empírico y actual: la integración de la IA en la redacción del medio digital Infobae.

Fundamentos del enfoque y marco de estudio

En el Marco Histórico, se establece que la llegada de la IA al periodismo no es un hecho aislado, sino la culminación de avances tecnológicos y de las presiones económicas que han afectado a la industria mediática global. Es documentado cómo la investigación y la experimentación con IA se han disparado en los últimos cinco años a nivel internacional, siendo esta tecnología incorporada en la mayoría de las redacciones. Se revisa la bibliografía clave, la que es organizada en torno a seis ejes centrales de debate que estructuran la discusión académica y profesional sobre el tema.

El caso Infobae es presentado como un ejemplo de innovación pionera en la región, lo que permite un acercamiento empírico y situado a la problemática. Es analizada la estrategia de este medio, que fue fundado bajo una lógica enteramente digital y que ha consolidado su liderazgo mediante la velocidad y la integración tecnológica, incluyendo el desarrollo de una plataforma propia de IA (Scrib News/Autonomous). Este modelo es contrastado con la percepción de la audiencia, donde se demuestra que, si bien la eficiencia es valorada, la

credibilidad y la profundidad continúan siendo atribuidas a la intervención humana.

The logo for Infobae, featuring the word "infobae" in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a solid orange square.

Infobae es el sitio de noticias líder en audiencia en Argentina y el más leído del mundo de habla hispana con 45 millones de visitantes únicos.

El rigor del presente análisis no solo se sustenta en la revisión de la literatura global, reportes de institutos y bibliografía especializada, sino que es reforzado por una exhaustiva recolección de material primario. La investigación se fundamenta en la obtención de testimonios directos a través de entrevistas realizadas a profesionales clave de la redacción de Infobae, incluyendo editores, redactores y el Director Editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial. Estas conversaciones fueron esenciales para revelar los detalles del proceso de incorporación de la IA en el día a día, permitiendo la contraste de la teoría académica con la práctica profesional real y facilitando la comprensión de cómo los dilemas éticos y operativos son resueltos en el contexto de un medio líder.

De este modo, la relevancia del material obtenido no solo radica en la documentación de un caso de estudio vivo, sino en la captura de las voces que confirman la hipótesis central de la tesis: que la tecnología es valorada como socia para la eficiencia, pero que el criterio

profesional se mantiene como la última barrera de validación editorial.



ScribNews, la herramienta de inteligencia artificial que usa Infobae.

Síntesis teórica y estructura del trabajo

En el Marco Teórico, se profundiza en la definición y los tipos de IA que son aplicados en la profesión, y son examinados los efectos de la automatización en las rutinas de producción. Es destacada la transformación del perfil profesional, donde el periodista es redefinido de “escritor mecánico” a “estratega, validador y curador ético”. Se aborda la relación de la IA con la desinformación y son analizados los desafíos regulatorios y legales que son impuestos por la nueva tecnología, como la autoría y la responsabilidad.

En el Desarrollo de este trabajo, son detallados los hitos y desafíos logísticos del proceso de investigación y producción de la tesis. Es explicada la elección del formato de artículos periodísticos y es documentada la construcción de un sitio web de presentación que se utilizó como producto práctico. Este tramo está enfocado en la demostración de la tesis: que el periodismo del futuro es necesariamente híbrido, donde la máquina aporta la táctica y la eficiencia, pero el criterio, la ética y la complejidad interpretativa son aportados por el profesional humano.

Marco histórico

La llegada de la inteligencia artificial (IA) al periodismo -y a otros ámbitos- no es un hecho aislado ni exclusivo de una región. Se trata de un fenómeno global, resultado de la interacción entre avances tecnológicos, líneas de investigación en todo el mundo y los desafíos que enfrenta la industria de los medios en la era digital.

En tan solo cinco años, la inteligencia artificial pasó de ser una promesa remota a convertirse en protagonista de la investigación y la transformación del periodismo. Así lo muestran los datos de Páez, Saldaña Manche, Artigas y Ríos Incio (2024), quienes señalan

que el 78,34 % de los estudios sobre IA y periodismo fue publicado entre 2018 y 2022, una verdadera explosión de interés y producción científica en torno al tema.

Esta tendencia se distribuye a nivel internacional, con Estados Unidos, España y China a la cabeza en publicaciones y experimentación, y con universidades como Santiago de Compostela, Castilla-La Mancha y Helsingin Yliopisto entre las más activas. Se trata de un auge que expresa el carácter global del fenómeno y la intensa circulación de ideas, tecnologías y experiencias en redacciones y laboratorios del mundo entero (Páez et al., 2024).

En el plano de las redacciones reales, el reporte del *Reuters Institute* citado por Opy Morales, director Editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial en Infobae en su presentación para la Sociedad Interamericana de Prensa (2025) da una fotografía concreta: el 87 % de las redacciones consultadas decía utilizar IA en algún proceso. La cifra exhibe una rápida incorporación de la tecnología en procesos diversos, desde la transcripción automática y la edición de texto hasta la sugerencia de títulos y la generación de contenidos.



Opy Morales, el Director Editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial en Infobae.

El cambio de era que implica la inteligencia artificial se entiende dentro de una serie de mutaciones en los modelos de negocio y en la lógica de la producción informativa. A diferencia de transformaciones previas, la IA no solo digitaliza o acelera, sino que afecta la raíz misma del trabajo periodístico.

En su testimonio, Morales señala que la diferencia cualitativa de la IA frente a otras innovaciones nace en que "esta tecnología lo que hace es no solamente aceleró, sino hace parte". Además, precisa: "Nunca nadie o ninguna tecnología se había metido en la pluma, en el trabajo del periodista" (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025). Si antes la llegada de la PC o la redacción digital liberaba horas o amplificaba capacidades, la IA directamente realiza tareas creativas, como escribir, analizar, resumir e incluso titular, algo inédito en la historia profesional de la prensa.

La automatización no sólo impacta en el volumen de notas que puede producir un redactor por jornada, sino que reconfigura el valor de las tareas humanas. Según Morales: "Un periodista que podía ser capaz, normalmente, en un día podría haber hecho tres notas, puede hacer seis o puede hacer ocho. Depende de la complejidad". Así, la productividad es uno de los vectores económicos que empujan a las organizaciones a incorporar tecnologías IA, en un contexto de caída publicitaria, diversificación de audiencias y presión por competir contra plataformas globales y algoritmos ajenos.

Daniel Hadad, fundador y CEO de Infobae, en diálogo con el canal *Mandriles* (2025), plantea el dilema que enfrentan los medios en el nuevo entorno: "Internet a los diarios de papel le dio veinte años para adaptarse. Yo creo que la inteligencia artificial, siendo generosos, le va a dar veinte meses. Ya van casi ocho en que se está usando en muchas redacciones, pero el que no se adapte peligra el medio". El mensaje sintetiza tanto la urgencia como la radicalidad del cambio tecnológico, obligado por los estándares de la industria y las expectativas del consumo digital.



Daniel Hadad, fundador y CEO de Infobae.

La revisión bibliométrica de Páez, Saldaña Manche, Artigas y Ríos Incio (2024) muestra que el debate académico sobre la inteligencia artificial en el periodismo gira en torno a seis ejes clave. En primer lugar, destaca el análisis sobre la transformación de la escritura y del rol humano. Este eje examina cómo la automatización influye no solo en la redacción y el formato de las noticias, sino también en las tareas creativas y de toma de decisiones que tradicionalmente pertenecían al periodista.

El segundo eje se enfoca en los cambios operativos y técnicos dentro de las redacciones. En este aspecto, los estudios describen cómo la adopción de nuevas tecnologías introduce

El tercer eje aborda la percepción de la audiencia frente a los contenidos generados con IA. Numerosas investigaciones buscan responder si los lectores son capaces de notar la diferencia entre textos creados por algoritmos y los producidos por periodistas, y cuánto confían en la precisión y en la profundidad de esos contenidos.

A glowing blue 'AI' logo is centered on a dark circuit board background. The logo is surrounded by several icons in blue squares: a brain, a gear, a network of nodes, a hand holding a device, an eye, a robot arm, a head with a brain, and a person with a brain. The circuit board has various components and traces visible.

El quinto eje profundiza en los dilemas éticos. En este sentido, se discuten aspectos como la transparencia sobre el uso de IA, la correcta atribución de la autoría de los textos, la identificación de posibles sesgos algorítmicos y la responsabilidad por errores en la información publicada.

Por último, el sexto eje vincula la IA con las innovaciones narrativas y el periodismo de datos. Aquí, la investigación explora cómo la automatización permite nuevas formas de relato periodístico y facilita el manejo de grandes volúmenes de información, posibilitando historias y visualizaciones que antes resultaban inalcanzables.

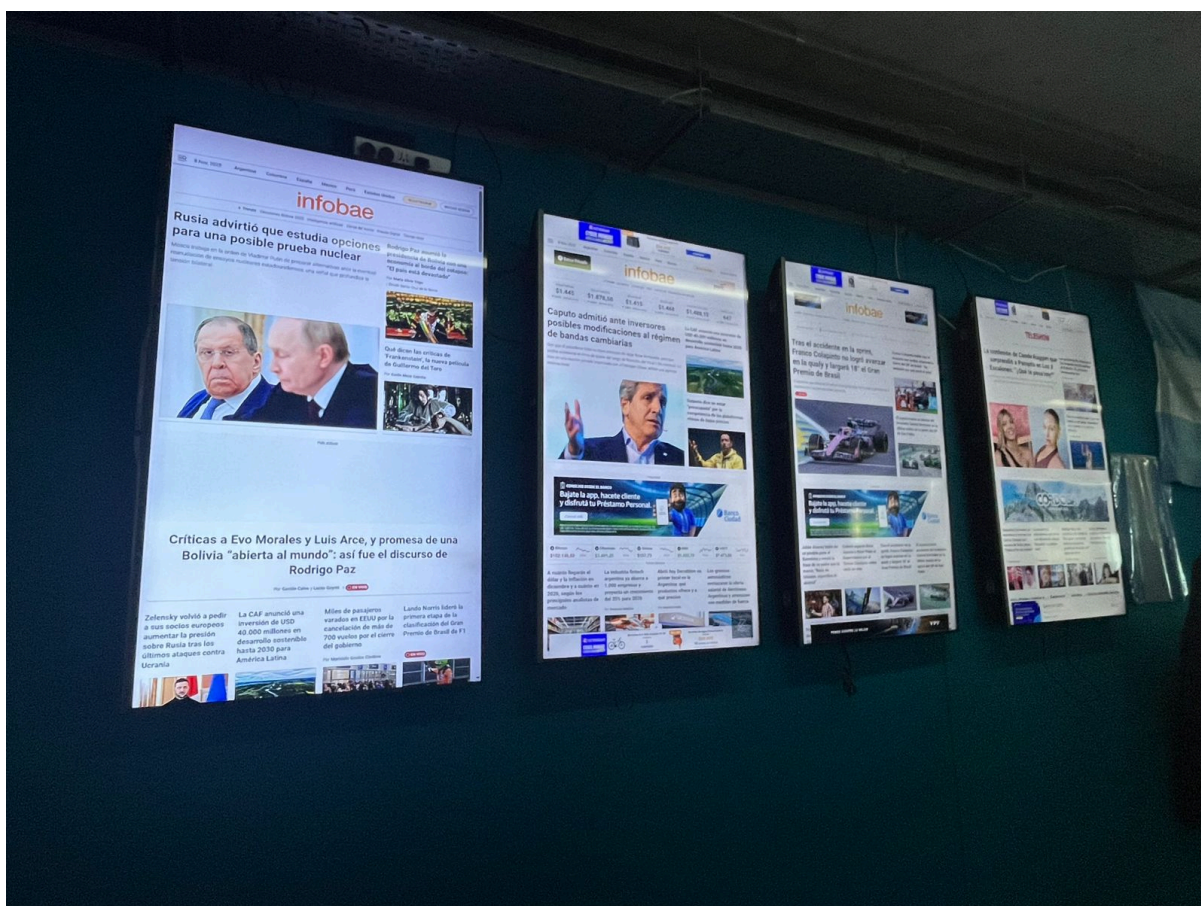
En todos estos ejes, aparece el interrogante sobre el equilibrio entre automatización y creatividad, así como la necesidad de mantener el criterio profesional y ético en la práctica periodística, aun en un entorno tecnológico avanzado (Páez et al., 2024).

El caso Infobae

Infobae constituye un caso singular dentro del periodismo, tanto en Argentina como a escala internacional. Fundado el 15 de mayo de 2002 por Daniel Hadad, este medio nació completamente digital, una rareza para su tiempo en el ecosistema mediático argentino e hispanoamericano (Fundación Konex, 2017). Desde su origen, Infobae se propuso romper con los formatos tradicionales, apostando a una cobertura amplia que incluye política, economía, deportes, cultura, espectáculos y tendencias, entre otros temas, con producción propia y la colaboración de periodistas reconocidos nacional e internacionalmente.

Con base principal en Buenos Aires y corresponsalías en principales ciudades del continente y Estados Unidos, Infobae fue pionero en la transformación digital de los medios: en septiembre de 2013, se convirtió en la primera compañía latinoamericana en lanzar su propio canal de streaming en HD, y es reconocida como una de las productoras de videos de noticias bajo demanda más influyentes de la región (Fundación Konex, 2017). A lo largo de dos décadas, el medio mantuvo un perfil multiplataforma, incorporando contenidos en texto, audio y video, y apostando fuerte por la distribución en redes sociales (Hadad, 2025).

Infobae consolidó su liderazgo mediante una estrategia de calidad informativa, velocidad en la publicación y una actitud de innovación constante, elementos enriquecidos por alianzas tecnológicas con organizaciones como The Washington Post y Google (Fundación Konex, 2017; Infobae, 2018). Actualmente se encuentra entre los tres medios en español más leídos del mundo y, según métricas de Comscore, es el sitio de noticias líder en Argentina y el medio en español con mayor crecimiento de usuarios únicos y páginas vistas a nivel global (Comscore, citado en Infobae, 2018).



La redacción del medio.

Uno de los aspectos más valorados por los especialistas es la flexibilidad editorial y la actitud de "navegar y adaptarse" que caracteriza a Infobae. La directora Valeria Cavallo y analistas internacionales, como Gumersindo Lafuente de Fundación Gabo, destacan la apertura a la prueba y el error, la toma de decisiones basada en métricas y la convicción de que la prioridad es la agenda editorial y el contenido, sin importar el formato o la plataforma donde circule (Fundación Gabo, 2023). La redacción funciona como el cliente principal de las áreas de tecnología y comercial: la tecnología debe estar al servicio del periodismo y acompañar la tarea editorial.

En este marco, la innovación tecnológica constante llevó a Infobae a ser uno de los primeros medios de la región en experimentar con herramientas basadas en inteligencia artificial. Para sostener la velocidad de producción y la cobertura global, la compañía decidió sumar desarrolladores especializados en IA, tanto para la integración de tecnologías en el CMS propio como para la generación de nuevas funciones editoriales (Fundación Gabo, 2023). Según detalló Cavallo, la operación de IA se distribuye en distintos equipos: en el Media Lab, por ejemplo, periodistas y técnicos trabajan en la creación de imágenes

generadas por IA, lo que permite ilustrar contenidos informativos o de entretenimiento sin depender de bancos externos de imágenes.

El área técnica ubicada en Miami concentra los perfiles de desarrollo capaces de vincular la infraestructura editorial con innovaciones de IA. Entre estas aplicaciones, se encuentran desde la generación automatizada de imágenes y la personalización de newsletters hasta la incorporación progresiva de IA en el sistema editorial, por ejemplo para acelerar tareas rutinarias, potenciar la curaduría de contenido, y modular la experiencia del usuario según métricas avanzadas (Fundación Gabo, 2023).

Esta transición tecnológica responde tanto a la necesidad de competir en un escenario de consumo on demand y multiformato, como a la oportunidad de explorar nuevas capas de contenido editorial. En ese sentido, Infobae entendió que la IA no reemplaza la labor periodística, sino que permite profundizar en las secciones de breaking news, informes de sociedad, cultura y opinión, facilitando la diversificación de audiencias y la representación de intereses variados dentro del mismo producto mediático (Fundación Gabo, 2023).

El foco, por tanto, permanece en la cobertura ágil y plural, acompañada siempre por la convicción de que "el contenido es el rey", y en la construcción de una operación editorial que prioriza la adopción de nuevas tecnologías, pero nunca a costa de la calidad, la ética y la diversidad en la información (Fundación Gabo, 2023; Fundación Konex, 2017).



El medio actualmente usa herramientas como ScribNews o Autonomus.

Infobae importa para el periodismo digital por haber inaugurado desde Argentina una forma de gestión innovadora, flexible y abierta al cambio, en la que la inteligencia artificial ocupa un lugar estratégico para potenciar la misión periodística sin reemplazar el valor del criterio editorial humano.

Por otro lado también destaca a escala latinoamericana y global por haber desarrollado un esquema propio de IA aplicado al trabajo periodístico. Opy Morales, Director Editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial en Infobae, detalla cómo, desde 2023, la empresa diseñó una plataforma —*Scrib News*, renombrada luego *Autonomous*— para asistir cada etapa de la producción periodística, adaptada a las necesidades específicas del medio.

"La solución fue hacer una plataforma. Primero, para liberar al periodista del prompteo. [...] Lo mejor para un periodista y para la línea editorial de Infobae es que la plataforma tenga ese ADN de Infobae, tenga la forma de escribir, las palabras que usamos, las palabras que no usamos. Y, sobre todo, no dejar al libre albedrío de proveedores, de grandes

tecnológicas, dar un resultado sin pasar por un filtro editorial de Infobae", sostuvo Morales (2025).

La lógica fue trasladar el control y personalización del flujo de trabajo al ámbito del medio, manteniendo el estilo propio, las normas de redacción y la organización por secciones temáticas. Según lo relatado, la suite de IA incluye asistentes que sugieren títulos, resúmenes, traducciones automáticas, gestión de imágenes y generación de tags; pero también herramientas más avanzadas, como agentes autónomos capaces de producir un artículo completo con supervisión editorial.

Infobae sistematizó la capacitación para sus equipos, siempre bajo la premisa de que "en Infobae prácticamente no tenemos ningún proceso automatizado directo sin ningún control humano". Tal integración permite diferenciar entre partes del flujo que requieren creatividad y análisis, y otras —como organización de negritas, búsqueda de imágenes o etiquetado— que pueden delegarse completamente en algoritmos.

El caso ilustra cómo la consolidación de la IA en el periodismo requiere adaptación institucional, liderazgo claro y una estrategia personalizada, lejos de las soluciones genéricas o tercerizadas.

Mientras las redacciones ensayan la integración de la IA, las investigaciones en percepción social ponen en evidencia los límites del entusiasmo tecnológico. El estudio de Zhaxylykbayeva, Burkitbayeva, Zhakhyp, Kabylgazina y Ashirbekova (2025) ofrece una comparación sistemática entre artículos generados por IA y textos escritos por periodistas humanos, tomando como escenario a Kazajistán.

El resultado muestra que los lectores valoran la claridad y neutralidad del formato producido por algoritmos, pero identifican carencias importantes: "La falta de una clara citación de fuentes en los textos generados por IA socava directamente su credibilidad, ya que los lectores no pueden verificar de dónde provienen los datos". Según la misma encuesta, el 85 % de los encuestados prefiere los trabajos humanos en ámbitos sensibles como política y economía.

El informe cita otra diferencia relevante: "Los artículos producidos por periodistas profesionales siguen teniendo ventaja en cuanto a precisión, exhaustividad y cumplimiento de la ética periodística. Esto subraya la importancia continua de la intervención humana para garantizar la calidad de los medios" (Zhaxylykbayeva et al., 2025).

El desafío que se configura es doble. Por un lado, la sociedad demanda eficiencia en la entrega de información precisa, pero también exige transparencia, confiabilidad y un estándar ético que los algoritmos aún no pueden garantizar por sí mismos.

El avance de sistemas automatizados de generación de noticias aumenta la preocupación sobre los errores, sesgos y “alucinaciones” de la IA. De acuerdo con Páez et al. (2024), la automatización puede conducir a la difusión de contenidos difamatorios y plantear problemas legales difíciles de anticipar para las organizaciones, especialmente si los algoritmos toman como fuente material no validado o reproducen sesgos presentes en sus datos de entrenamiento.

Zhaxylykbayeva et al. (2025) enfatizan que “la ausencia de citación clara dificulta la trazabilidad y verificación de datos”, además de que “la automatización puede reforzar sesgos presentes en los datos de entrenamiento y omitir perspectivas minoritarias”. Estos riesgos exigen no sólo marcos de regulación, sino nuevas prácticas editoriales: auditoría constante de algoritmos, desarrollo de políticas de transparencia en IA y supervisión permanente del output automatizado.

El propio sector cuestiona la validez de etiquetar los productos generados por IA. Un informe del *Pew Research Center* citado durante la exposición de Morales (2025) indica que etiquetar una nota como “generada por IA” tiende a disminuir la credibilidad percibida del contenido y que la sospecha de automatización afecta la confianza en el medio.

La integración de IA trastoca radicalmente la estructura de las redacciones y el universo de competencias requeridas. Tanto Morales en Infobae como Gómez-Diago (2022) y Ruiz et al. (2020) destacan que la formación académica permanece rezagada ante la velocidad de adopción de la IA y la automatización en el mercado laboral.

La experiencia directa de Infobae ilustra la brecha generacional: los jóvenes periodistas se adaptan con naturalidad a los comandos y flujos de la IA, pero arrastran una falta de formación en criterios editoriales y verificación de contenidos. El riesgo señalado es el surgimiento de operadores técnicos y no periodistas, y la consiguiente pérdida de profundidad interpretativa y responsabilidad social.

El análisis de Morales va más allá: “En Infobae encontramos eso básicamente como experiencia para transmitirles con la gente joven. Obviamente, lo que no tienen es la formación, que también es parte de nuestro trabajo formarlos. [...] Porque lo que está

pasando con la IA es que si estos periodistas, a diferencia de ustedes, empiezan a trabajar con la IA, ¿quién va a formar todos los niveles iniciales?".

En la estructura organizacional, la clave reside en los mandos intermedios: líderes de sección y jefes de redacción que deben dominar las herramientas y garantizar la formación continua de sus equipos.

El último salto en la emergencia de la IA reside en la diversificación de la oferta informativa. Según la experiencia de Infobae, la automatización se despliega en nuevas áreas como la generación de imágenes (bancos propios de imágenes IA), la producción automatizada de podcasts y locuciones, y la creación de asistentes temáticos capaces de adaptar el tono y el formato al contexto (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

El potencial para personalizar los productos, acelerar la respuesta a demandas de nichos o mercados regionales y descentralizar la producción de piezas multimedia muestra un horizonte de expansión transversal de la IA. La redacción que gestiona estos recursos puede incrementar su alcance y adaptar el mensaje a públicos fragmentados, sin comprometer la coherencia editorial si se garantiza la intervención humana clave en los extremos del flujo editorial.

La consolidación de la IA en el sector periodístico abre amenazas para el modelo de negocio tradicional, el llamado "periodismo de antes". Morales alude a la crisis estructural: "Cayó un quince por ciento del tráfico de las búsquedas interanual y este dato es nuevo, nuevo. Y básicamente cayeron todos los sitios educativos de referencia, Wikipedia, salud, que básicamente hoy es lo que mejor trabajan los resúmenes".

El desarrollo de navegadores inteligentes (Perplexity, Comet, Arc Browser) y asistentes de voz capaces de sintetizar y responder al usuario con resúmenes personalizados produce una desintermediación: el tráfico directo a los medios cae mientras crece el valor de la noticia como insumo para otros sistemas y plataformas.

El futuro que bosquejan Hadad y Morales anticipa un ecosistema donde van a quedar pocos medios globales capaces de negociar alianzas y existir al lado de plataformas tecnológicas, mientras que la pluralidad informativa y el periodismo local y de proximidad enfrentarán grandes dificultades para sostener sus modelos.

La amenaza se resume en el diagnóstico de Hadad: "La publicidad no cayó todavía dramáticamente, pero en algún momento va a pasar eso. Y lo que te va a salvar es el contenido de calidad. Presentar algo que no tenga otro" (*Mandriles*, 2025).

El nudo teórico y práctico de esta emergencia se ancla en la relación irreductible entre tecnología y ética periodística. La literatura y los casos de estudio demuestran que la IA puede amplificar capacidades, liberar tiempo y permitir escalabilidad, pero no reemplaza el juicio, la interpretación creativa ni la intuición fundamentada, algo que, en los tiempos que corren de desinformación constante, no es menor.

Según se explicó en el estudio de Zhaxylykbayeva et al. (2025): "La integración efectiva de IA en el periodismo requiere supervisión editorial y un compromiso firme con los estándares profesionales". La tensión entre automatización y autonomía intelectual redefine la investigación, la reflexión y la enseñanza periodísticas, generando un escenario en el que periodistas y algoritmos colaboran, pero donde el último filtro es siempre la mirada humana.

Los investigadores también hacen hincapié en lo importante que es actualizar los códigos deontológicos del periodismo, volver a reflexionar sobre su función social y asegurarse de que la inteligencia artificial no reemplace el criterio ni la responsabilidad de los periodistas y los medios, sino que se mantenga como una herramienta que ellos puedan controlar.

A lo largo del tiempo, los estudios muestran que la aparición de la inteligencia artificial en el periodismo no es algo aislado, sino el resultado de una combinación sin precedentes entre avances tecnológicos acelerados, presiones económicas, factores culturales y desafíos propios de la profesión.

Desde las primeras pruebas con automatización hasta casos mucho más avanzados como el de Infobae, que ya integra IA de forma completa en sus plataformas e inclusive con un producto 100% propio, todo este proceso deja claro que es momento de repensar los límites, las responsabilidades y la forma en que se hacen las cosas en las redacciones.

Mirando hacia el futuro cercano, todo apunta a un modelo de redacciones híbridas, donde convivan personas y máquinas, con espacios de aprendizaje constante y diálogos entre medios, plataformas digitales y audiencias. La clave está en generar un valor auténtico, mantener un control editorial real y, sobre todo, actualizar los marcos éticos.

El periodismo, como institución social, más allá del formato que adopte, tiene el desafío de incorporar la inteligencia artificial sin perder lo que lo hace único: el criterio humano, la

creatividad y la responsabilidad profesional que históricamente le han dado sentido y legitimidad.

Desde este enfoque más constructivo, la IA aparece no como una amenaza, sino como una oportunidad para fortalecer el periodismo y reivindicar el rol de quienes lo ejercen. Puede hacer que el trabajo sea más eficiente, ayudar a manejar y verificar grandes cantidades de información y, además, facilitar el acceso a herramientas de alto nivel para actores que están fuera de los grandes medios (Páez et al., 2024).

Una de las ventajas más evidentes del uso de inteligencia artificial en redacciones como la de Infobae es que ha ayudado a optimizar tareas tanto repetitivas como únicas, pero que no requieren creatividad. Por ejemplo, herramientas como Scrib News permiten automatizar subtítulos, traducir contenido, sugerir títulos y hasta clasificar notas, todo en muchísimo menos tiempo del que llevaría hacerlo manualmente (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025). Esto libera tiempo y energía para que los y las periodistas puedan enfocarse en lo que realmente le da valor al periodismo: investigar, pensar contenidos originales y construir relaciones con fuentes (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

En esa misma línea, investigaciones como la de Zhaxylykbayeva et al. (2025) muestran que, aunque los textos creados por IA pueden ser claros y estar bien estructurados, la gente sigue valorando mucho más la profundidad y el enfoque crítico que aportan los periodistas humanos. En temas complejos como política o economía, la mayoría de las personas entrevistadas dijeron preferir notas hechas por personas. Esto demuestra que el trabajo en conjunto entre periodistas y herramientas de IA puede lograr un buen balance entre velocidad, alcance y calidad (Zhaxylykbayeva et al., 2025).

Desde el punto de vista institucional, el desarrollo de plataformas propias y reglas editoriales específicas que está llevando adelante Infobae con su IA muestra una intención clara de mantener su identidad y autonomía editorial. Según Morales (2025), personalizar los asistentes y agentes de IA para que se ajusten al estilo del medio permite aprovechar la automatización sin perder los matices culturales, regionales o temáticos. De esa forma, lo que se produce con IA sigue estando alineado con el “ADN” del medio y responde a lo que la audiencia espera: contenidos relevantes, confiables y cercanos (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

Por último, la incorporación de IA también está teniendo un impacto positivo en la formación profesional. Como dice Gómez-Diago (2022), para integrar bien estas tecnologías al periodismo, es clave que las universidades actualicen sus planes de estudio e incluyan

habilidades como programación, análisis de datos y automatización. Esto prepara mejor a las nuevas generaciones para enfrentarse a un campo laboral cada vez más híbrido, donde lo narrativo y lo técnico van de la mano (Gómez-Diago, 2022; Páez et al., 2024).

En Infobae, este proceso de actualización es doble: por un lado, jóvenes periodistas traen consigo una mayor familiaridad digital, mientras que los perfiles de más trayectoria ofrecen experiencia, criterios éticos y memoria institucional. Esta relación entre periodistas e inteligencia artificial, que se va construyendo a través de instancias de formación y capacitación dentro de las propias redacciones, está ayudando a fortalecer una cultura de trabajo más colaborativa y abierta al aprendizaje constante. Y en un contexto donde todo cambia tan rápido, eso vale muchísimo (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

Desde lo productivo, la IA también se está convirtiendo en una herramienta clave para innovar en la forma de contar historias. Por ejemplo, gracias a la personalización de contenidos, ahora es posible llegar a públicos que antes quedaban medio afuera —adaptando el lenguaje, el formato o incluso el nivel de profundidad de una nota según el tipo de lector o lectora—. Los sistemas que detectan intereses y hábitos de lectura permiten crear experiencias periodísticas más personalizadas, lo que ayuda a conectar mejor con audiencias cada vez más diversas y fragmentadas (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

Además, la posibilidad de generar imágenes y contenidos multimedia de forma automatizada amplía un montón las formas de narrar. Esto va desde ilustrar una noticia urgente con gráficos simples hasta producir materiales visuales complejos para investigaciones o proyectos educativos, todo sin depender tanto del tiempo o el presupuesto, que siempre fueron limitaciones para muchas redacciones (Páez et al., 2024).

Otro punto importante es cómo la IA también está sirviendo para mejorar la calidad del contenido y fortalecer la gobernanza editorial. En el caso de Infobae, por ejemplo, cada contenido que se genera con ayuda de IA pasa por una revisión humana antes de ser publicado. Esto asegura que se cumplan los estándares del medio y mantiene el control sobre lo que se publica (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025). Este doble chequeo, además, crea un proceso de mejora continua: si se detectan errores o sesgos, esa información sirve para capacitar mejor a los equipos (Sociedad Interamericana de Prensa, 2025).

Los beneficios de la inteligencia artificial en el periodismo se aprovechan mejor cuando se la entiende como una herramienta de apoyo y no como un reemplazo total del trabajo humano.

Así lo confirman diversos estudios: la IA puede acelerar rutinas, anticipar tendencias y facilitar la verificación de datos, pero la interpretación, el contexto y la responsabilidad final sobre lo publicado siguen siendo funciones que recaen en periodistas profesionales (Zhaxylykbayeva et al., 2025).

En la práctica, su uso permite mejorar procesos clave como la verificación de información, el combate contra la desinformación y la trazabilidad de las fuentes (Flores Vivar, 2019; Páez et al., 2024). También favorece el manejo y reutilización de grandes volúmenes de datos, esenciales para el periodismo de datos y las investigaciones en profundidad (Páez et al., 2024).

El intercambio internacional de experiencias y la cooperación entre medios son fundamentales para consolidar buenas prácticas. Las investigaciones muestran que existen aprendizajes valiosos en distintos contextos culturales y organizacionales, lo que refuerza la importancia de establecer alianzas estratégicas, compartir estándares y mantener una actitud receptiva ante nuevas ideas (Páez et al., 2024; Zhaxylykbayeva et al., 2025).

Los resultados obtenidos hasta ahora —en términos de productividad, calidad informativa y fortalecimiento institucional— explican el entusiasmo que genera la IA en el campo periodístico. El reto de los próximos años será sostener políticas de formación, invertir en talento profesional y garantizar marcos éticos que acompañen el desarrollo tecnológico (Gómez-Diago, 2022; Sociedad Interamericana de Prensa, 2025; Páez et al., 2024).

En un entorno digital en constante cambio, el periodismo mantiene su vigencia cuando logra integrar tecnologías emergentes de manera crítica y creativa. Lejos de reemplazar el sentido de la profesión, la inteligencia artificial puede convertirse en una aliada clave para construir un periodismo más relevante, diverso, responsable y dinámico.

El valor irremplazable del periodista frente a la inteligencia artificial

La presencia humana en el periodismo se sostiene en criterios, capacidades y responsabilidades imposibles de reemplazar plenamente por tecnologías automatizadas. Si bien la industria mediática se ha transformado de manera acelerada por el avance de la inteligencia artificial, queda claro que ningún algoritmo, por avanzado que sea, puede asumir el rol social, ético y creativo que caracteriza a los periodistas profesionales (Páez et al., 2024). Los casos concretos de redacciones pioneras en IA, como Infobae y el desarrollo de su plataforma Scrib News, evidencian tanto los alcances como los límites del reemplazo automático en la labor periodística (Fundación Gabo, 2023; Infobae, 2018).

La tarea periodística no consiste simplemente en recopilar datos o reorganizar información existente, algo que los sistemas de IA hacen de forma sobresaliente. El periodismo parte siempre de una mirada interpretativa, del ejercicio de la duda y del intento de anticipar aquello que será relevante antes de que se vuelva tendencia. Las máquinas procesan patrones, pero solamente el periodista humano puede contextualizar hechos, identificar conexiones ocultas y captar la singularidad de un acontecimiento en la historia de la sociedad (Páez et al., 2024).

En Infobae, la propia integración de plataformas inteligentes como parte de la certeza editorial de que la IA jamás suplanta la capacidad de hacer buenas preguntas, seleccionar con criterio las fuentes o anticipar el tema crucial de una coyuntura social antes que la masa de datos lo señale (Fundación Gabo, 2023). Los algoritmos pueden ayudar a dar velocidad y volumen, pero es el periodista quien define la agenda y propone los enfoques que hacen avanzar al debate público.

Aunque las herramientas automatizadas pueden organizar, resumir y clasificar grandes volúmenes de información, no cubren la dimensión experiencial que constituye el corazón del oficio periodístico. Las notas que definen una época suelen nacer de trabajo en terreno, entrevistas directas, registro de atmósferas y lectura de gestos, emociones y silencios; elementos imposibles de parametrizar por una máquina (Infobae, 2018).

En grandes redacciones, el uso de inteligencia artificial está pensado para complementar —no para sustituir— la labor de quienes escriben, editan y deciden. El resultado del contacto directo, la interpretación de lo no dicho y la empatía en la recogida de testimonios siguen siendo, según los propios editores y directores, pilares del valor diferencial de su producto informativo (Fundación Gabo, 2023).

Lo que los algoritmos no pueden decidir

En la práctica diaria, el periodismo enfrenta dilemas éticos que requieren sensibilidad. Decidir no publicar información cuando puede dañar a inocentes, proteger la identidad de una víctima o balancear el interés público con la intimidad personal exige una comprensión profunda y un sentido moral que ninguna IA es capaz de replicar (Flores Vivar, 2019).

Según investigaciones recientes, la ausencia de atributos éticos sólidos es la principal diferencia entre la información generada por periodistas y la producida de forma automática. El análisis comparativo internacional muestra que la credibilidad del periodismo como

institución se sostiene en la capacidad de autocrítica y explicación pública de cada decisión, procesos imposibles de automatizar sin el filtro del juicio humano (Zhaxylykbayeva et al., 2025). En Infobae, todos los productos desarrollados por Scrib News pasan por controles editoriales rigurosos, donde la última palabra pertenece al equipo de periodistas y editores, no al algoritmo (Fundación Gabo, 2023).

Uno de los rasgos centrales del periodismo humano es su capacidad para construir narrativas complejas, con matices, contradicciones o estilos literarios que trascienden la información dura (Páez et al., 2024). Si bien la inteligencia artificial es capaz de redactar textos coherentes y ordenados, todavía no logra reproducir la riqueza expresiva, el humor, la ironía o la capacidad de captar la emocionalidad que los cronistas o columnistas experimentados imprimen a sus relatos.

En medios innovadores, la estrategia editorial apuesta no solamente por la inmediatez, ya no se busca la primicia desesperadamente como se solía hacer, debido a la aparición de las redes sociales y de que con ellas la información es más rápidamente difundida. Por eso los medios apuntan hacia la profundidad, la pluralidad de miradas y la experimentación con formatos multidisciplinarios: video, podcast, crónica, análisis de datos y nuevos soportes multimediales (Fundación Gabo, 2023; Infobae, 2018). La IA puede ayudar a estructurar y enriquecer el contenido, pero la voz autoral y la capacidad narrativa siguen estando del lado del profesional humano, como así la capacidad de darle vida a un texto, porque con ese criterio los usuarios podrían elegir a quien quieren leer, ya que si ellos mismos buscaran en cualquier IA disponible -Chat GPT, Gemini, entre otras- tendrían la respuesta al minuto, pero lo que el usuario busca es la riqueza de la información que solo la mano periodística puede darle.

Detrás de cada noticia publicada hay un proceso editorial que implica seleccionar entre miles de hechos posibles aquellos que merecen cobertura y debate. Este criterio de relevancia depende de sensibilidad social, experiencia, debate interno y atención a las transformaciones de la época (Páez et al., 2024). Los algoritmos pueden sugerir tendencias según consumo, pero tienden a reforzar el statu quo y repetir los temas dominantes, sin la atención deliberada al pluralismo ni la vigilancia sobre las minorías o zonas de silencio mediático.

La IA como soporte, nunca como sustituto

La adopción de plataformas como Scrib News en Infobae demuestra que la principal función de la IA es potenciar el trabajo periodístico, agilizar tareas rutinarias y liberar recursos para

trabajos de mayor profundidad. Se utiliza para automatizar resúmenes, generar títulos, realizar transcripciones o facilitar la organización interna de contenidos; sin embargo, la curaduría, edición final y supervisión ética permanecen como competencia exclusiva y obligatoria de los equipos de redacción (Fundación Gabo, 2023).

Paradójicamente, la aceleración de flujos editoriales mediante IA refuerza la importancia de periodistas que puedan pensar estratégicamente, proponer nuevas historias y pulir las piezas antes de publicar. En un ecosistema fuertemente automatizado, el valor profesional se desplaza aún más al criterio, la creatividad y la capacidad de síntesis crítica (Gómez-Diago, 2022).

El periodismo es también la práctica que, mediante la investigación propia y el trabajo paciente, descubre datos ocultos, revela irregularidades y permite la denuncia social. Estas acciones —nunca inmediatas, ni guiadas solo por tendencias algorítmicas— requieren tenacidad, creatividad y la disposición a enfrentarse con intereses poderosos (Páez et al., 2024). Si bien la tecnología facilita el manejo de grandes volúmenes de información y contribuye a detectar patrones u organizar materiales dispersos, la investigación periodística genuina exige hipótesis, entrevistas, trabajo de campo y la persistencia para seguir pistas mucho después de que el algoritmo haya dejado de sugerirlas.

Ejemplos recientes de Infobae demuestran que los trabajos más influyentes y galardonados del medio surgen de investigaciones colectivas, orientadas por periodistas, donde la IA es una ayuda valiosa pero nunca determina la línea de trabajo central (Fundación Gabo, 2023; Infobae, 2018).

Un riesgo importante de automatizar la selección informativa es la tendencia a homogeneizar las voces, privilegiar los temas de mayor visibilidad digital y perder matices relacionados con minorías sociales o conflictos poco notorios (Páez et al., 2024). Los periodistas humanos, por su parte, pueden detectar vacíos en la agenda, abrir espacios a temáticas subrepresentadas y garantizar la pluralidad, tanto de visiones como de fuentes.

Infobae apuesta deliberadamente a esa diversidad, dando lugar a firmas contrapuestas, promoviendo la cobertura de temas apartados del “mainstream” y editando columnas de opinión, análisis regionales, historias de vida y formatos experimentales. La existencia de una mirada editorial humana es indispensable para mantener la riqueza y el dinamismo de la conversación pública (Fundación Gabo, 2023).

A lo largo de la historia, el periodismo demostró ser factor de control, denuncia y vigilancia frente al poder político, económico o simbólico. Para ejercer este control de modo efectivo,

se requiere autonomía, perspectiva histórica y una ética profesional enraizada en el análisis, el disenso razonado y la conciencia de las consecuencias sociales de cada acto informativo (Flores Vivar, 2019). Las IA carecen de intencionalidad deliberada y no asumen compromiso con los intereses comunes o los derechos de las audiencias.

En Infobae y otras redacciones líderes, el mantenimiento de equipos periodísticos al frente de las decisiones estratégicas refleja esta convicción: solo el periodismo, ejercido por profesionales críticos y formados, puede sostener los equilibrios y la transparencia en sistemas democráticos complejos (Infobae, 2018).

El despliegue de inteligencia artificial en el periodismo multiplica la exigencia de actualización y capacitación permanente para los periodistas humanos. La necesidad de aprender nuevos lenguajes, dominar herramientas y replantear metodologías reafirma la centralidad del valor profesional y la formación reflexiva, que no puede ser transferida ni sustituida por automatismos (Gómez-Diago, 2022). En Infobae, los cambios en la estructura y en los procesos de trabajo implicaron capacitaciones, espacios de debate colectivo y revisiones periódicas de las políticas editoriales para acompañar la integración tecnológica con un sentido de pertenencia ético y creativo (Fundación Gabo, 2023).

El avance de la inteligencia artificial plantea oportunidades inéditas para renovar la producción periodística, agilizar rutinas y diversificar formatos, pero también refuerza el argumento de que ningún proceso automatizado puede sustituir el juicio, la responsabilidad y la creatividad humana. La “colaboración inteligente” entre IA y periodistas es el modelo más efectivo para el futuro de la información, y no la supresión del factor humano.

Redacciones pioneras demuestran que los algoritmos no reemplazan al periodismo, sino que lo potencian cuando el liderazgo, el control y el sentido último de los proyectos informativos siguen en manos de equipos conscientes de su función pública y formados en la diversidad profesional.

El avance de la inteligencia artificial está generando una verdadera revolución en los modos y tiempos del periodismo, pero la experiencia de quienes lideran empresas informativas señala que la presencia humana sigue siendo insustituible. Así lo expresó Daniel Hadad, durante el Congreso Iberoamericano “Más mujeres, mejor periodismo”, al afirmar: “Ningún periodista es hoy reemplazable por la IA” (Infobae, 2023). Esta perspectiva se apoya en la observación de que, a pesar del crecimiento exponencial de la IA y su impacto “más fuerte que internet”, los procesos editoriales dependen cada vez más del criterio estratégico y creativo de los profesionales humanos: “El buen periodismo es aquel que sorprende,

emociona o hace pensar. Y esa es la estrategia que tiene que tener el periodista y una empresa periodística en todo lo otro (la táctica), un buen periodista, un buen editor no es reemplazable por la IA” (Infobae, 2023).

La inteligencia artificial, según el testimonio de Hadad, permite optimizar la táctica de la producción —tareas como desgrabar, subtitular vídeos o sugerir títulos—, pero deja siempre en manos del periodista la toma de decisiones cruciales. Incluso en aspectos visuales, Infobae ha incorporado herramientas generativas, pero, como afirma Hadad, “nada reemplaza a un buen fotógrafo y a una buena foto tomada en un momento que hace historia” (Infobae, 2023).

Las preocupaciones éticas y la prevención del sesgo también forman parte del debate. Gabriela Cañas, CEO de la Agencia EFE, subrayó que la revisión y verificación humana es imprescindible: “La IA puede generar un texto nuevo, pero con la documentación que le aportan los documentos escritos previamente. Siempre un humano tiene que verificar” (Infobae, 2023).

Este escenario, entonces, no muestra una oposición IA-versus-periodista, sino la oportunidad de potenciar la profesión a través de la tecnología, manteniendo siempre “el mayor rigor” en manos humanas y asumiendo una actitud proactiva de aprendizaje y transformación continua. Como concluyó Hadad, “lo único que no podemos hacer es no transformarnos” (Infobae, 2023).

La inteligencia artificial se consolida como un recurso insoslayable en el entorno digital, capaz de multiplicar la eficiencia y facilitar rutinas sin sacrificar la presencia vigilante y creativa del periodista. La experiencia de Infobae prueba que la convivencia entre humanos y tecnología amplía los horizontes de la profesión, sin renunciar jamás a la ética profesional ni a la función social del periodismo (Infobae, 2023).

Marco teórico

La incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo es uno de los procesos más disruptivos que enfrenta la industria de la comunicación en el siglo XXI. A diferencia de innovaciones tecnológicas anteriores, como la imprenta, la radio o internet, la IA no solo amplía la escala o la velocidad de distribución del contenido, sino que impacta de manera directa en las rutinas productivas, las competencias profesionales, los estándares éticos y en el propio sentido del periodismo como ejercicio social crítico (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2023).

El auge de los sistemas de IA, particularmente desde el desarrollo y popularización de los modelos generativos —como ChatGPT o DALL-E—, trajo un nuevo paradigma donde la automatización no se limita a tareas accesorias o técnicas, sino que penetra la creación discursiva, la curaduría informativa, la verificación de datos y hasta la interacción directa con las audiencias (UNESCO, 2025).

Este fenómeno viene acompañado de un contexto de presión sobre la viabilidad financiera de los medios tradicionales, la fragmentación de las audiencias digitales y la expansión de la desinformación a escala global, factores que en conjunto generan un escenario desafiante y, a la vez, fértil para el despliegue de tecnologías inteligentes (Simon, 2023; Reuters Institute, 2025).

Los antecedentes internacionales retratan un panorama de transformación acelerada pero desigual, donde la IA emerge como motor de cambio y, al mismo tiempo, como objeto de debate y reflexión pública. Las principales agencias globales, como Reuters o The Washington Post, y medios líderes regionales, adoptaron sistemas propios o de terceros para automatizar parte de su producción y distribución, motivados por la eficiencia y la necesidad de sostener la competitividad en un entorno digital de alta velocidad y saturación informativa (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2023).

A nivel local y regional, testimonios como los de editores y redactores de Infobae permiten analizar la especificidad de la incorporación de IA en redacciones latinoamericanas, sus retos y aprendizajes (Morales, comunicación personal, 2025).

Esta revisión de antecedentes señala el carácter multidimensional de la IA en el periodismo, que abarca desde desafíos éticos y económicos hasta cambios radicales en la cultura profesional y la autonomía editorial. Así, la IA representa tanto una oportunidad para redefinir el oficio como un llamado a repensar críticamente los límites y responsabilidades del periodismo en sociedades democráticas y complejas.

Definición y tipos de inteligencia artificial periodística

Un avance clave en toda investigación sobre IA aplicada al periodismo es delimitar conceptual y operativamente el término "inteligencia artificial". Aunque en el discurso mediático y académico suele usarse como un concepto paraguas, la definición de IA, especialmente en el entorno de medios, exige precisión. Simon (2023) propone una caracterización de la IA como la simulación computacional de habilidades humanas en

dominios definidos, centrada principalmente en aplicaciones de machine learning, procesamiento de lenguaje natural y automatización de tareas informativas (Simon, 2023).

El campo identifica distintas categorías o grados de IA operando en los medios. Por un lado, hay herramientas "básicas" o "estrechas" —como correctores ortográficos, sistemas de etiquetado automático o plataformas de publicación en redes sociales— que llevan años integradas sin mayores debates sobre originalidad, ética o veracidad (El País, 2023). Por otro lado, los sistemas generativos de última generación, como ChatGPT, Midjourney o DALL-E, entre tantos otros, permiten producir resúmenes, titulares, textos completos, imágenes, audios y videos sintéticos, abriendo la puerta a nuevas potencialidades pero también a problemáticas inéditas sobre autoría, confiabilidad y manipulación (Simon, 2023; La Nación, 2025).

Beckett y Yaseen (2023) y UNESCO (2025) distinguen asimismo entre aplicaciones en distintas etapas de la cadena de valor periodística:

Recopilación: IA para transcribir audios, digitalizar documentos, detectar tendencias y extraer datos masivos de redes sociales.

Producción: generación y corrección automatizada de textos, edición de fotos, sugerencia de titulares, composición de infografías, traducción automática y recomendación de ángulos narrativos.

Distribución: personalización de contenidos para segmentos específicos de audiencia, chatbots para atención y moderación, y algoritmos de SEO optimizado.

Esto implica que la IA periodística no es un solo dispositivo, sino un ecosistema de soluciones de complejidad variable, con alcances, riesgos y ventajas distintos. Además, mientras que grandes redacciones con recursos pueden optar por desarrollos internos o personalizados, la mayoría de los medios medianos y pequeños depende de plataformas y servicios "llave en mano" provistos por compañías tecnológicas globales, lo que condiciona su capacidad de decisión y autonomía (Simon, 2023; Reuters Institute, 2025).

La distinción entre IA generativa y otras formas de automatización es clave para abordar debates sobre originalidad, derechos de autor y atribución. Greenpeace sostiene, por ejemplo, que la producción puramente sintética plantea interrogantes nuevos sobre los

límites del periodismo y la función orientadora del periodista frente al alud de información automatizada (La Nación, 2025; El País, 2023).

La inteligencia artificial periodística comprende desde tecnologías de soporte mecánico a sistemas creativos capaces de escribir, sintetizar e imaginar, configurando así el debate contemporáneo sobre la redefinición profunda del oficio y su nuevo perímetro profesional.

Automatización y redacción: impacto en rutinas y roles

La automatización, como proceso central de la inserción de IA en el periodismo, produce un impacto directo en las rutinas de producción, los tiempos editoriales y en el propio concepto de autoría profesional. Desde la década pasada, la literatura registra que la introducción de sistemas de IA en redacciones busca acelerar la generación de contenido, liberar a los reporteros de tareas rutinarias y permitir una mayor dedicación a la labor analítica, investigativa y creativa (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2023).

Las entrevistas realizadas a periodistas y especialistas en Infobae, quienes usan a diario herramientas como la ya nombrada Scrib News, entre otras, ilustran de modo concreto cómo esta transformación se despliega sobre la práctica diaria. Opy Morales, director editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial, destaca que la IA “no reemplaza al periodismo, reemplaza procesos”. Bajo su mirada, el valor profesional del periodista se define cada vez menos por la simple capacidad de redactar y cada vez más por la destreza de interpretar hechos, asignarles relevancia, enlazarlos socialmente y aplicar criterios éticos y de calidad (Morales, comunicación personal, 2025).

Camila Caruso, redactora del área Tendencias, señala en este sentido que la IA le permite automatizar y agilizar pasos antes tediosos (transcripciones, resúmenes, organización de datos, sugerencia de títulos) y así liberar tiempo para “analizar, contrastar y narrar la información de manera clara”, ubicando la actividad humana en el momento de la interpretación y en el filtro final de verificación (Caruso, comunicación personal, 2025).

Francisco González Tomadín, del área Internacionales, detalla que la utilización de la plataforma Scrib dentro de la redacción permite reducir los tiempos de escritura y ofrecer borradores de calidad profesional, especialmente útil para coberturas ininterrumpidas y en jornadas de altísima demanda, pero que también requiere de revisión, edición y validación factual por parte de los periodistas (González Tomadín, comunicación personal, 2025). Este proceso de mediación tecnológica redefine el perfil de competencias demandadas en el

sector y desplaza el peso de la labor profesional hacia la creatividad crítica y el valor agregado que ni las máquinas ni los algoritmos pueden replicar por sí solos.

Estas experiencias actuales coinciden con las tendencias globales identificadas en la literatura. Beckett y Yaseen (2023) apuntan que más del 75 % de los medios consultados en su informe usan IA en alguna etapa del ciclo productivo, especialmente en funciones que antes ocupaban una cantidad considerable de tiempo humano y que ahora transcurren en cuestión de segundos. Los estudios destacan, sin embargo, que la transformación de rutinas no resulta igual para todos los perfiles: mientras algunos roles se optimizan y se despliegan nuevas posiciones (como ingenieros de prompts o científicos de datos), otros —centrados en la simple redacción mecánica— tienden a quedar obsoletos o rápidamente automatizados (Simon, 2023).

Facundo Macia Marquis, periodista de Infobae del área Mesa Central añadió una dimensión significativa: la IA es útil no solo para acelerar el trabajo, sino también para “vencer bloqueos creativos”, encontrar nuevas formas de narrar y diversificar los tonos o enfoques, evidenciando el potencial de las tecnologías inteligentes como apoyo en la etapa inicial del proceso editorial. Macia Marquis advierte, a la vez, que el periodista enfrenta el riesgo de convertirse en un mero consumidor acrítico de salidas automáticas si no desarrolla primero la competencia profesional manual, el criterio propio y la capacidad de editar e intervenir críticamente los outputs de la IA (Macia Marquis, comunicación personal, 2025).

Desde la perspectiva académica, Simon (2023) señala que la automatización, lejos de abolir la necesidad de intervención humana, puede acentuar la demanda de nuevos saberes, incrementar la exigencia editorial y reforzar la importancia del juicio crítico en la creación periodística. El riesgo, señala, es recaer en una “industrialización” de la noticia, donde la cantidad y la velocidad primen por encima de la profundidad y la calidad, relegando los valores fundamentales del periodismo.

La automatización, entonces, trastoca y amplía el horizonte de competencias periodísticas, cristaliza nuevas funciones dentro de las redacciones, expande las posibilidades creativas y al mismo tiempo exige un renovado pacto ético y profesional en la configuración de la noticia y en la afirmación de la autoría y la responsabilidad individual y colectiva frente al público.

IA y desinformación: límites y desafíos

Uno de los terrenos más complejos y sensibles en la interacción entre inteligencia artificial y periodismo es la lucha contra la desinformación. La capacidad de las herramientas de IA generativa para crear textos, imágenes, audios y videos realistas en segundos —los llamados deepfakes— introduce un escenario donde la fabricación y difusión de contenido falso o manipulado adquiere una escala inédita (La Nación, 2025; Beckett & Yaseen, 2023).

Al mismo tiempo, la propia IA se convierte en recurso defensivo: permite detectar tendencias, patrones, inconsistencias y rastrear fake news con una rapidez que estaba fuera del alcance de los métodos manuales (UNESCO, 2025; Simon, 2023).

A nivel global, estudios como el de Simon (2023) y los informes de JournalismAI y Tow Center advierten que el uso de IA para automatizar campañas de desinformación representa una amenaza real para la confianza pública, la legitimidad institucional y los procesos electorales libres. Las plataformas tecnológicas y los grandes medios han comenzado a incorporar sofisticadas herramientas para la identificación y marcaje de materiales potencialmente fraudulentos, pero tanto expertos como periodistas insisten en que la verificación definitiva solo es confiable si se sostiene en procesos humanos de validación y corroboración (Beckett & Yaseen, 2023; El País, 2023).

Los testimonios actuales en Infobae ilustran la dimensión práctica de este dilema. Camila Caruso afirma que la IA, si bien puede facilitar la viralización de contenidos manipulados, resulta clave para agilizar el filtrado y frenar la expansión de fake news en la redacción: “Es enfrentar el problema con la misma tecnología que lo produce. Si se usan bien los recursos, se pueden encontrar huellas, patrones o errores que de otro modo serían muy difíciles de rastrear” (Caruso, comunicación personal, 2025). González Tomadín coincide, resaltando que el uso editorial riguroso de IA para cross-checking, comparación automática de fuentes y alertas de inconsistencias permite elevar el estándar de precisión y rapidez del trabajo periodístico (González Tomadín, comunicación personal, 2025).

Sin embargo, no existe consenso sobre si la IA podrá nunca reemplazar la sensibilidad, intuición y juicio crítico propios de reporteros y editores. Facundo Macia Marquis sostiene que la línea definitiva entre realidad y manipulación siempre requiere del “ojo” periodístico experimentado, especialmente en un contexto donde los sistemas de IA pueden “inventar cosas, traer información de otros lados o escribir plausible pero incorrectamente” (Macia Marquis, comunicación personal, 2025).

El desafío ético central es evitar caer en la ilusión de que la IA resuelve automáticamente el problema de la desinformación: la tecnología es parte del problema y al mismo tiempo una pieza (no excluyente) de la solución. La literatura recomienda articular IA, protocolos editoriales y formación permanente en alfabetización digital para periodistas, de modo que se maximice el efecto reductor de daño y se proteja la confianza social en los medios (UNESCO, 2025).

Transformación del perfil profesional y formación de periodistas

La transformación acelerada de los entornos periodísticos mediante IA implica una reconfiguración del perfil profesional y las competencias necesarias en la práctica del periodismo contemporáneo. Las nuevas dinámicas invitan a repensar los límites entre tareas humanas y automáticas, y a redefinir los conocimientos, habilidades y éticas necesarias para un trabajo de calidad en la era digital (Beckett & Yaseen, 2023; Simon, 2023).

A partir de la bibliografía y de los testimonios, se identifica una tendencia clara: el periodista deja de ser “quien escribe” para pasar a ser “quien decide, valida, interpreta y conecta” la información (Morales, comunicación personal, 2025). Las tareas de escritura convencional pueden quedar en manos de sistemas automáticos en una parte relevante de la producción habitual (noticias de última hora, notas de servicio, coberturas rutinarias), mientras que lo irremplazable radica en la mirada crítica, la definición del enfoque, la contextualización y el juicio ético y social sobre la relevancia de cada historia (Beckett & Yaseen, 2023; Morales, comunicación personal, 2025).

Opy Morales observa que los periodistas que solo se concentran en la ejecución mecánica tenderán a la obsolescencia: “El periodista no es ‘el que escribe’ siempre, sino el que decide qué vale la pena contar, cómo contarlo y con qué responsabilidad. La diferencia está en entender que nuestro valor no es solo mecanográfico, sino intelectual y ético: pensar, validar, interpretar, exigir calidad” (Morales, comunicación personal, 2025).

Los redactores de Infobae entrevistados detallan que la formación profesional hoy implica la apropiación crítica de herramientas de IA en casi cada paso del proceso periodístico (Caruso, comunicación personal, 2025; González Tomadín, comunicación personal, 2025; Fausto Urriste, comunicación personal, 2025). Desde la transcripción, la síntesis de datos, la generación de títulos y bajadas, la organización de información y la propuesta de nuevos

enfoques, la IA es vista como un aliado indispensable para economizar tiempo y enfocar recursos en el análisis, la entrevista, la interpretación y la búsqueda de exclusividades.



Camila Caruso, redactora en el área de Tendencias en Infobae.

Un eje que aparece en la literatura y los testimonios es la importancia de formar periodistas con competencias interdisciplinarias: dominio de herramientas tecnológicas, pensamiento crítico, ética profesional, habilidades de comunicación, y capacidad para editar, verificar y adaptar los outputs de la IA a las necesidades y valores del medio (Beckett & Yaseen, 2023; UNESCO, 2025; Macia Marquis, comunicación personal, 2025).

No obstante, se advierte el riesgo de que el acceso temprano e indiscriminado a sistemas automáticos lleve a una dependencia pasiva, debilitando la formación manual y el desarrollo del criterio narrativo y ético. Se recomienda, entonces, que la formación universitaria y la capacitación en redacciones incluyan tanto dominio técnico como cultivo de habilidades insustituibles para la misión periodística: análisis, interpretación, sensibilidad cultural y ética, y capacidad para dialogar con nuevas audiencias.



Facundo Macia Marquis, redactor en el área de Mesa central en Infobae.

Desafíos regulatorios y legales

La integración de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo plantea un conjunto de desafíos regulatorios y legales que ninguna otra revolución tecnológica previa había presentado con tanta urgencia y complejidad. La velocidad del cambio y la versatilidad de los sistemas de IA dificultan el establecimiento de marcos legales claros y eficaces, al tiempo que aumentan el riesgo de vulneración de derechos fundamentales, disputas de autoría, manipulación de información y concentración del poder en manos de actores tecnocorporativos (UNESCO, 2025; Simon, 2023).

Uno de los puntos más debatidos es la protección de la propiedad intelectual en entornos hiperautomatizados. En numerosos países, incluyendo aquellos bajo la regulación europea, la normativa vigente establece que los derechos de autor solo pueden recaer sobre personas físicas, no sobre sistemas automáticos, algoritmos o máquinas (El País, 2023; La Nación, 2025). De este modo, todo contenido (texto, imagen, audio o video) creado íntegramente por IA queda fuera del amparo tradicional del derecho de autor.

Este vacío provoca paradojas relevantes: si un medio utiliza IA generativa para crear una ilustración o redactar un texto, ¿quién es el titular de los derechos morales y patrimoniales?

¿Puede el periodista reclamar autoría sobre un contenido al que solo editó y no generó desde cero? Más aún, ¿qué ocurre si una base de datos automatizada re-utiliza material protegido de otros periodistas o empresas sin atribución o licencia expresa? (El País, 2023; Simon, 2023).

En la Unión Europea, los debates han derivado en posturas restrictivas: las “obras” de IA, aún las más creativas, no gozan de protección plena y pueden circular, copiarse o reutilizarse con menores barreras. Esto pone en tela de juicio la inversión de los medios en innovación y la sostenibilidad de los modelos de negocio basados en contenidos originales. La situación tiende a agravarse frente a algoritmos que son entrenados precisamente con bases de datos periodísticas protegidas, lo que ha motivado litigios, demandas colectivas y una creciente presión social para exigir sistemas de licenciamiento y compensación justos (Simon, 2023; UNESCO, 2025).

En América Latina, donde los marcos regulatorios suelen ser más laxos o incipientes, la indefinición es incluso mayor. La ausencia de normativa expresa habilita la apropiación indebida o la reventa de contenidos generados automáticamente. Asimismo, complica la atribución de responsabilidad cuando surgen errores, difamaciones o violaciones a derechos de imagen o privacidad a partir de materiales creados, editados o manipulados por IA (La Nación, 2025).

En contextos de IA aplicada al periodismo, la obtención, tratamiento y almacenamiento de información personal adquiere un carácter mucho más sensible. Las tecnologías inteligentes —sobre todo los sistemas de análisis masivo de datos— pueden recopilar, cruzar y analizar información de millones de usuarios o fuentes, muchas veces sin el consentimiento informado o explícito de los involucrados (Simon, 2023). Esta realidad implica el riesgo de violar normativas sobre protección de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea.

La automatización radical de tareas como la personalización de contenidos, la redacción “a medida” para segmentos hipersegmentados o el análisis predictivo de audiencias exige que los medios adopten medidas activas de control, cifrado y obtención de permisos. Sin embargo, la opacidad de algunos sistemas (particularmente los provistos por plataformas de terceros) dificulta el seguimiento de flujos de información, la verificación de la anonimización real de los datos y la detección de usos indebidos de información sensible (Simon, 2023; UNESCO, 2025).

En muchos países del Sur Global, donde la regulación es insuficiente y los recursos para auditar IA son limitados, el riesgo aumenta: datos personales pueden terminar, sin control estatal ni conocimiento de los usuarios, en circuitos de entrenamiento para IA de empresas extranjeras, vulnerando la soberanía y la privacidad informativa. De allí la demanda de organismos como la UNESCO por la adopción de marcos regionales exigentes, capacitaciones específicas y cooperación interestatal para el control efectivo de las transferencias y usos de datos (UNESCO, 2025).

La transparencia en el funcionamiento de los algoritmos y sistemas automatizados constituye otro eje crítico regulatorio. En la mayoría de los casos, los sistemas de IA operan como “cajas negras”: algoritmos complejos e inaccesibles, cuyos procesos de toma de decisiones, criterios de edición o selección y jerarquización de información no pueden ser auditados ni por el público ni por los propios periodistas (Simon, 2023; Beckett & Yaseen, 2023).

Para el periodismo, esto implica la pérdida de autonomía sobre los procesos editoriales: se desconoce cómo una noticia es recomendada, qué patrones priorizan los motores de búsqueda automatizados o de qué modo ciertos enfoques se ven amplificados o minimizados sin intervención humana directa. La ausencia de trazabilidad también complica la identificación de errores, sesgos, fallos de atribución y el rastreo del origen de noticias falsas (Simon, 2023).

Por esta razón, la doctrina internacional propone la adopción de normas que obliguen a plataformas y proveedores de servicios de IA a facilitar la auditabilidad, la explicación simple del funcionamiento de sus modelos y la posibilidad de acceso a “registros de decisiones” o logs que permitan reconstruir todo el proceso editorial automatizado (Beckett & Yaseen, 2023; UNESCO, 2025). Al mismo tiempo, se destaca la importancia de informar explícitamente a las audiencias sobre el uso de IA en la producción de los contenidos que consumen, especificando el rol y alcance de la intervención humana.

Responsabilidad legal, ética y contractual

Otro eje insoslayable en la discusión regulatoria es la atribución de responsabilidad legal ante errores, daños, contenidos lesivos o vulneraciones de derechos que surjan en contextos híbridos (humano-máquina). ¿Quién responde si una noticia falsa generada por IA afecta la reputación de una persona? ¿A quién debe recurrir un usuario en caso de discriminación o difamación causada por sesgo algorítmico? Estas preguntas, aún sin

respuestas claras y uniformes, amplían el debate sobre la necesidad de protocolos internos en los medios, legislación nacional y estándares internacionales (El País, 2023; Simon, 2023).

En la experiencia de medios líderes, como Infobae, se hace hincapié en no delegar nunca la última decisión a la IA: se instauro como regla que todo contenido automatizado debe ser editado, validado y supervisado por periodistas humanos antes de ser publicado. Este principio de “debida diligencia profesional” es lo que permite limitar riesgos legales y mantener la integridad ética del producto periodístico (Caruso, comunicación personal, 2025; Urriste, comunicación personal, 2025).



Fausto Urriste, redactor en el área de Creative Redactor For Ia.

Además, la formalización contractual con proveedores de servicios de IA cobra relevancia creciente. Medios que utilizan plataformas como Scrib, OpenAI o herramientas de multinacionales tecnológicas deben negociar cláusulas de uso, confidencialidad, seguridad de datos y mantenimiento continuo para evitar situaciones de lock-in o dependencia indeseada. La experiencia internacional muestra que la renegociación de estos términos

suele ser desigual e incluso opaca, sobre todo para medios pequeños o localizados fuera de los polos de innovación tecnológica (Simon, 2023; Beckett & Yaseen, 2023).

La gobernanza de la IA periodística es un tema abierto. La rápida evolución de los sistemas supera la capacidad de los estados y organismos internacionales para regular sus efectos, lo que genera un desfase entre la práctica tecnológica y la normativa aplicable. Europa tomó la delantera con propuestas como la Ley de Inteligencia Artificial de la UE, que busca establecer marcos éticos y recursos de control, aunque aún no está plenamente vigente ni establece reglas específicas para la IA en medios (UNESCO, 2025).

A nivel regional y nacional, persisten diferencias marcadas: países como Brasil han discutido marcos internos para la regulación del uso de datos y algoritmos en ámbitos informativos, pero la mayoría de los estados latinoamericanos carece de legislaciones efectivas para la protección de derechos en entornos automatizados (UNESCO, 2025).

Los especialistas insisten en que los desafíos regulatorios no solo requieren leyes formales, sino la consolidación de estándares deontológicos y buenas prácticas consensuadas por organismos multilaterales, plataformas, universidades y medios. Específicamente, UNESCO y otros organismos internacionales abogan por una gobernanza flexible pero exigente, que promueva la innovación pero garantice transparencia, inclusividad, protección de derechos y capacidad de reparación ante daños o abusos (UNESCO, 2025).

Esta cooperación también es demandada en relación a la capacitación de periodistas y auditores independientes, capaces de testear y controlar, en tiempo real, los efectos y sesgos de las automatizaciones editoriales implementadas en el ecosistema mediático global.

Retos a futuro

A la luz de lo analizado, el principal reto de los próximos años será lograr que la normativa y la ética profesional acompañen el ritmo vertiginoso de innovación tecnológica, sin dejar vacíos por donde se cuelen el abuso de poder, la desinformación, la manipulación o la explotación comercial de datos y creatividades.

La literatura y los aportes empíricos coinciden en la necesidad de:

Crear sistemas internacionales de licenciamiento y compensación para el uso de material periodístico como insumo de entrenamiento de modelos de IA.

Establecer protocolos claros para la notificación y trazabilidad del uso de inteligencia artificial en contenidos, accesibles públicamente.

Exigir que los algoritmos empleados sean auditables por terceros y con posibilidades de intervención o “explicación educativa” tanto para periodistas como para la ciudadanía.

Promover leyes que aten la responsabilidad, no solo del medio sino también de las plataformas proveedoras, por daños o vulneraciones causadas por sistemas automáticos.

Impulsar acuerdos regionales para compartir buenas prácticas y metodologías de regulación en el campo informativo.

Fortalecer la formación jurídica y ética en universidades, escuelas de periodismo y redacciones.

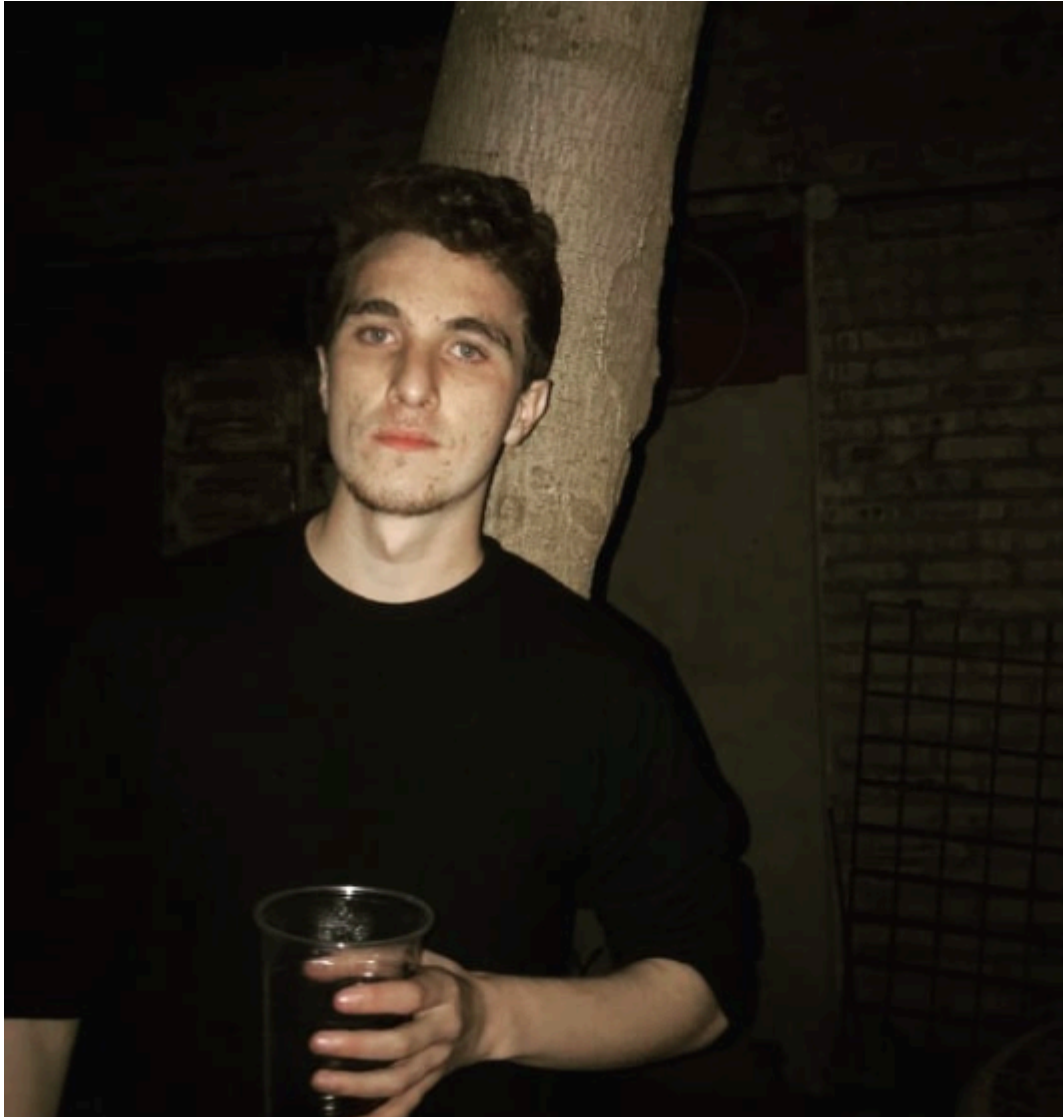
Solo el desarrollo de estos mecanismos podrá garantizar una integración de la IA periodística que maximice las ventajas de la tecnología y minimice el riesgo de daño social, opacidad, dependencia y trivialización de la misión periodística.

Tendencias a futuro

El recorrido a través de los debates contemporáneos, los hallazgos de la literatura global y la experiencia situada de periodistas revela que la inteligencia artificial (IA) está configurando una de las transiciones más profundas en la historia del periodismo. El fenómeno va mucho más allá de la simple adopción de una nueva tecnología: supone una reconfiguración de los presupuestos éticos, las estructuras laborales, los modelos de negocio, los paradigmas de autoridad y la propia relación entre el ser humano y la máquina en la construcción de lo público.

Una de las primeras reflexiones críticas es que el entusiasmo inicial sobre los beneficios de la IA ha ido matizándose a medida que los profesionales y expertos reconocen que su integración no es lineal, ni mucho menos exenta de tensiones. Por un lado, los sistemas inteligentes han demostrado su capacidad de acelerar tareas rutinarias, mejorar la productividad y liberar recursos humanos para el aporte de valor diferencial, como coinciden Beckett y Yaseen (2023), Simon (2023) y el equipo de Infobae en entrevistas recientes. La capacidad para transcribir, resumir, ordenar bases de datos, sugerir variantes de títulos o

traducir contenido casi en tiempo real ha permitido a los periodistas enfocarse con mayor profundidad en la investigación, el análisis y el ejercicio de la mirada propia (Caruso, comunicación personal, 2025; González Tomadín, comunicación personal, 2025).



Francisco González Tomadín, redactor en el área de Internacionales.

Esta transferencia de tareas rutinarias a sistemas automáticos redefine el perímetro de la labor periodística y demanda una nueva configuración de habilidades. Los periodistas se encaminan hacia perfiles altamente adaptables, con dominio de herramientas digitales, espíritu crítico, competencia en validación y enfoque ético ante la presión de la inmediatez y el volumen de información (Beckett & Yaseen, 2023; Morales, comunicación personal, 2025). Se consolida la figura de un profesional que es menos "escritor mecánico" y más estratega, editor, curador y narrador social.

Sin embargo, esta transición presenta riesgos y desafíos que no pueden ser subestimados. Uno de ellos es la potencial homogeneización del producto informativo. Si las redacciones dependen excesivamente de modelos generativos y plataformas internacionales, existe la posibilidad de que muchas coberturas pierdan singularidad, contextos locales y diversidad de perspectivas, reafirmando sólo aquellos discursos y enfoques entrenados por sistemas hegemónicos (Simon, 2023; UNESCO, 2025). Este peligro se intensifica en las regiones con menor autonomía tecnológica, donde la falta de desarrollo propio de IA deja a los medios locales e independientes atados a infraestructuras y lógicas ajenas (Beckett & Yaseen, 2023; UNESCO, 2025).

A ello se suma la inercia de los grandes actores tecnológicos en la configuración del ecosistema: la dependencia de Amazon, Google, Microsoft y otros convierten a los medios en usuarios cautivos de infraestructuras y modelos de negocios externos, lo que puede traducirse en falta de control sobre procesos editoriales cruciales, cambios inesperados de tarifas y condiciones de uso, o incluso en la pérdida de acceso a herramientas esenciales para el trabajo informativo (Simon, 2023).

En lo que respecta a la ética, la IA en el periodismo invita a una revisión continua de los estándares profesionales. Esa revisión es urgente cuando los algoritmos pueden amplificar sesgos, reproducir discriminaciones incorporadas en los datos originales o producir contenido plausible pero falso. Un ejemplo recurrente es la dificultad para identificar la autoría y la autenticidad de materiales generados automáticamente, situación que crea dudas sobre el origen, la atribución y la responsabilidad legal de los textos, imágenes, audios y videos que circulan como productos periodísticos (La Nación, 2025; El País, 2023).

La literatura y los testimonios insisten en que la última barrera siempre debe ser el criterio profesional humano, que combina revisión crítica, compromiso cívico, sensibilidad social y lealtad a la veracidad (Morales, comunicación personal, 2025; Caruso, comunicación personal, 2025).

En este sentido, el futuro del periodismo mediado por IA se perfila como un campo de tensiones creativas. La tecnología multiplica oportunidades para innovar, diversificar formatos, personalizar contenidos y atender demandas específicas de audiencias fragmentadas. Pero al mismo tiempo, exige redoblar la apuesta por una formación continua, interdisciplina y ética, para evitar que el periodista se convierta en un simple operador o corrector de salidas automáticas y pierda así su función de orientador, intérprete y constructor de sentido.

Las tendencias recientes muestran que los medios líderes, como se observa en Infobae y otros ejemplos regionales y globales, están optando por la IA como herramienta de asistencia —no de reemplazo— y por modelos de trabajo en equipos multidisciplinares donde conviven periodistas, tecnólogos, desarrolladores, expertos en datos y especialistas en ética digital (González Tomadín, comunicación personal, 2025; Urriste, comunicación personal, 2025). Esta colaboración permite abordar la complejidad de los temas actuales, diseñar protocolos propios de fact-checking digital, desarrollar proyectos de innovación editorial y robustecer el trabajo investigativo con métodos híbridos.

La dimensión formativa y educativa aparece como un aspecto central del porvenir. Tanto universidades como redacciones reconocen la urgencia de actualizar programas, talleres y capacitaciones para dotar a los periodistas de nuevas competencias, pero sin perder de vista los fundamentos humanistas, interpretativos y críticos de la profesión (UNESCO, 2025). La alfabetización mediática y digital se convierte en una prioridad transversal: no solo para profesionales, sino también para las audiencias, que deben adquirir herramientas para distinguir entre fuentes, verificar información y exigir calidad ética a los productos periodísticos consumidos.

En el plano legal y regulatorio, el avance de la IA demanda marcos flexibles, universales y actualizables que equilibren promoción de innovación con defensa de los derechos ciudadanos, autorales y de privacidad. El debate actual sobre copyright, protección de datos, trazabilidad de contenidos y transparencia en el uso de algoritmos es solo el prelude de controversias aún mayores, a medida que la IA transforme la estructura del flujo informativo global (El País, 2023; Simon, 2023). La cooperación multisectorial —medios, academia, Estado, plataformas tecnológicas y sociedad civil— será esencial para garantizar normas adaptadas a la dinámica cambiante y diversa de los sistemas informativos contemporáneos.

En el horizonte, la IA proyecta un periodismo más rápido, eficiente y capaz de nuevas narrativas, pero también más vulnerable a la manipulación y a los peligros de la desinformación masiva y la segmentación opaca de públicos objetivos. En este contexto, la legitimidad del periodismo como guardián de la democracia, la transparencia y la pluralidad dependerá más que nunca de su capacidad para revalidar su misión al margen de la tecnología: explicar, contextualizar, analizar y conectar hechos con las necesidades, emociones y derechos de la ciudadanía.

La sostenibilidad del modelo profesional exigirá, entonces, creatividad para negociar y adoptar tecnología sin resignar autonomía, resistencia para debatir e intervenir ante intereses externos, y una revisión permanente del propio contrato simbólico del periodismo con la sociedad. Como bien señala Opy Morales: “Cada tecnología obliga a redefinir el oficio. Ahora pasa con la inteligencia artificial. La máquina acelera, pero el periodista sigue siendo el que da sentido” (Morales, comunicación personal, 2025).

En síntesis, las tendencias de futuro en el vínculo entre periodismo e IA sugieren una doble urgencia: por un lado, maximizar el potencial técnico y creativo de la IA para potenciar la oferta informativa y su impacto social; por otro, fortalecer el ejercicio profesional y ético, la autonomía editorial, la diversidad cultural y la función democrática del periodismo ante escenarios inéditos de abundancia y manipulación. El reto será encontrar —y defender— el equilibrio entre la velocidad de la máquina y la exigencia de sentido, responsabilidad y humanidad que la sociedad espera y merece de sus periodistas.

Desarrollo

Una tesis, cuando es vivida intensamente, deja de ser considerada un mero requisito académico para ser convertida en una memoria de proceso exhaustiva, una bitácora donde es anotado cada acierto, cada error y, sobre todo, cada elección que fue hecha bajo la lupa de la exigencia y la presión del tiempo.

Esta parte del trabajo busca justamente eso: exponer por qué fue elegido lo que fue elegido, cómo fue hecho y, más importante, qué costo personal supuso toda esta investigación, un proceso que no solo fue académico, sino profundamente profesional y vital. No es el cierre definitivo, sino la explicación rigurosa de cómo se llegó hasta este punto, qué falta para cerrar un ciclo que, de por sí, se mantiene en constante movimiento, al ritmo de la tecnología y el pulso frenético de la propia vida del autor.

La pregunta urgente en la era digital

El motor de arranque de esta investigación fue una sensación de urgencia profesional palpable, una necesidad de responder la gran pregunta que, de pronto, se instaló en todas las redacciones del mundo: ¿la inteligencia artificial nos va a reemplazar? Fue elegido un problema candente, algo que está sucediendo ahora mismo y que define el futuro inmediato de la profesión. La IA generó dudas inmediatas sobre la ética, la credibilidad, el valor legal de la autoría y el valor residual del periodista profesional.

La tesis, por tanto, nació de la tensión constante entre la increíble eficiencia de un algoritmo (que transcribe un audio de una hora en segundos o sugiere veinte variantes de titulares) y la irremplazable capacidad humana de tener criterio, sensibilidad social, juicio ético y, por supuesto, creatividad. Esta tensión no es solo teórica; es vivida y es resuelta, o es complicada, en cada breaking news que es publicada.

Y claro, el mejor lugar para investigar esto no era una biblioteca, sino el lugar de trabajo del autor: Infobae. Como uno de los medios digitales hispanohablantes más leídos y un líder en América Latina en términos de tráfico y producción, es un lugar donde la IA es integrada de forma pionera. Se tuvo el caso de estudio ideal, empírico y vivo, justo en el momento en que se daba esta profunda transformación. Al ser testigo directo del proceso, la primera intuición fue clara: el periodista no es reemplazado. Es más, se vuelve un curador, un validador ético y un estratega más necesario que nunca.

Pero esa intuición personal tenía que pasar el filtro académico y profesional. No se podía quedar solo con la experiencia personal. Se necesitaron voces profesionales que lo validaran. Por eso, el corazón del trabajo fue la obtención de fuentes primarias irremplazables: hablar con colegas de distintas áreas (Internacionales, Tendencias, Mesa Central) a quienes se les consultó cómo la IA impacta en el volumen de datos, la creatividad y la velocidad, pero jamás en el criterio.

El logro central fue conseguir la entrevista con Opy Morales, Director Editorial para Iniciativas de Inteligencia Artificial en Infobae, cuya perspectiva fue fundamental para entender que la IA en Infobae no es un software genérico y tercerizado, sino una herramienta propia (Scrib News/Autonomous) que fue diseñada para hablar en el tono, con la ética y con el ADN del medio, un punto de defensa crucial contra las lógicas externas. Todo ese material empírico de primera mano, sumado a la revisión exhaustiva de estudios internacionales, reportes de institutos y la bibliografía especializada, fue construyendo los sólidos cimientos del marco histórico y teórico que sustenta la tesis.

La gestión de la crisis de tiempos

Si bien el diseño metodológico fue ambicioso y bien enfocado, el proceso de ejecución se vio atravesado por una complejidad logística y emocional que achicó dramáticamente los tiempos. La fase final de la carrera, ya de por sí demandante, se convirtió en una odisea personal.

A la ya de por sí demandante labor de trabajar ocho horas diarias en una redacción de alto tráfico, sumar la finalización de las últimas materias con sus respectivos trabajos prácticos y,

simultáneamente, redactar una tesis, se sumó un factor de estrés inédito: la aceleración de los plazos de entrega.

La tesis fue adelantada un mes; la materia de Periodismo Digital, con su exigente producto final, también fue adelantada un mes. Este recorte temporal, donde un mes desapareció del calendario, convirtió un proceso complejo en una carrera contrarreloj, donde la ansiedad por la inminente graduación se mezcló peligrosamente con la duda de si sería posible llegar a la meta.

Y como si el destino quisiera poner a prueba la verdadera tenacidad periodística, a mitad de este caos, y justo en un momento crítico de la escritura, surgió un viaje de trabajo impostergable a Praga, República Checa. Un compromiso profesional en el otro lado del mundo que, si bien era una oportunidad en el ámbito laboral, se metió de lleno en el único tiempo libre y de concentración que quedaba.

Esto obligó a una gestión del tiempo casi inhumana, una verdadera negociación con el sueño y el descanso: trabajar las ocho horas, usar los fines de semana hasta altas horas de la noche, robarle horas al sueño y subsistir a base de café para seguir produciendo. La frustración crecía porque, a pesar de todo el esfuerzo, el punto que generaba el mayor estrés y que se interponía entre la persona y el título de Licenciada en Periodismo era la entrega de un sitio web para una materia, con la amenaza clara y atemorizante de: "Si no se aprueba, se recursa y se recibe en un año". El gran sueño, la licenciatura en Periodismo a la vuelta de la esquina, se veía alejado por una entrega técnica.

A este panorama se añadió el aislamiento de una mudanza reciente, donde el autor se encontró lejos del círculo de contención familiar y social habitual. Se vio forzado a encerrarse días enteros a escribir y avanzar, faltando a cumpleaños, reuniones y restando tiempo de calidad a la familia.

Este sacrificio, esta renuncia a la vida social por el objetivo, no es solo un dato biográfico; es la prueba de la pasión y el compromiso que hay detrás de un trabajo de este calibre. Esta memoria del proceso es, en última instancia, una bitácora emocional que documenta cómo el rigor académico debe, a veces, ceder ante la necesidad de la supervivencia y la obstinación por el objetivo final. Pocas horas de sueño y mucha tenacidad después, se logró avanzar, aun con la incertidumbre y la ansiedad de no saber si el esfuerzo fue suficiente. La duda de la recibida fue un motor, aunque muy estresante.

En el marco de este caos logístico, tuvieron que ser tomadas decisiones cruciales en la parte práctica de la tesis. En el inicio, la idea de crear un podcast para narrar la tesis

resultaba atractiva, ofreciendo un tono distendido para un tema complejo. Pero el rigor metodológico detuvo el plan.

El problema fue la calidad de las fuentes primarias. Las entrevistas obtenidas por escrito o en audios informales no servían para un podcast de calidad. Esta limitación técnica, sumada a la presión del tiempo, condujo a la decisión estratégica de migrar al formato de artículos periodísticos.

Esta elección fue la más coherente con la tesis y la audiencia. La Fundamentación del Formato se basó en la Coherencia Editorial (Infobae es un medio escrito, y el artículo es el género a estudiar) y en la Alineación con el Público Objetivo. Al analizar los hábitos del target (personas de 25 a 30 años), se descubrió que consumían lectura digital con mucha más frecuencia que podcasts. Por lo tanto, el artículo era la táctica correcta para la estrategia de contenido. Al final, se trataba de garantizar que el mensaje llegara a quienes debía llegar.

La batalla final por el sitio web

Con el formato de artículo definido, el siguiente reto fue la plataforma de publicación. Se comenzó con Wix y la crítica fue inmediata: el sitio se veía despersonalizado, una plantilla. Esta fue una gran lección: el diseño es inseparable de la ética y la autoría. Un diseño pobre puede restarle credibilidad a un contenido sólido, algo que en la era digital es fundamental para la confianza.

A esto se sumó la presión de tener que ser el protagonista de la narración, contando el proceso y las reflexiones en primera persona por demanda de los profesores que, por cierto, tenían un nivel de exigencia casi inhumano. Aunque se resistía, se aceptó que era la forma de humanizar el tema. Y luego, la ironía metodológica que validó toda la tesis: se sugirió usar Vercel, una herramienta de desarrollo web asistida por IA. El único problema era que el tesista de IA, no sabía usarla.

Se tuvo que pedir ayuda humana especializada para aprender a usar una herramienta de inteligencia artificial. Fue un momento de humildad y una validación de la hipótesis: la tecnología requiere una mediación, una instrucción y un criterio humano. La "amistad" con la IA es un aprendizaje, no un interruptor que se enciende.

Con esa ayuda especializada, se logró migrar a un nuevo sitio web, creado desde cero por IA, pero personalizado con la impronta del autor, logrando el equilibrio perfecto entre el uso de la tecnología y la dirección editorial humana.

El desarrollo escrito

Hasta el momento, se han completado tres artículos fundamentales que funcionan como el desarrollo empírico de la tesis, logrando que el material de las entrevistas "dialogue entre sí":

"Tranqui, la IA no nos roba el trabajo, es la socia que necesitábamos en la redacción": El manifiesto en voz del autor y la explicación inicial de por qué la máquina no reemplaza.

"La estrategia de Infobae para que la tecnología tenga el ADN del medio": El detrás de escena de la plataforma Scrib News/Autonomous, explicando la necesidad de la autonomía editorial frente a la homogeneización algorítmica.

"El periodismo híbrido desde adentro. Las voces de Infobae y su convivencia con la IA": El diálogo directo con los colegas, que valida la irremplazabilidad del criterio, la ética y la capacidad narrativa humana.

Todo este camino, marcado por la ansiedad del viaje a Praga, el aislamiento de la mudanza y la persistencia a pesar de la amenaza de recurso, se resume en una convicción: la IA potencia el periodismo, pero el criterio, la ética y la tenacidad para terminar un sitio web en el medio de un caos, siguen siendo, irremediablemente, humanos.

A partir de este punto, la trayectoria de la tesis se concentra en la recta final, un tramo que, si bien es el último, se presenta como el más exigente y, honestamente, el más incierto. Se trata de la Construcción de la Conclusión Rigurosa, la pieza que debe coronar todo el esfuerzo intelectual y logístico de los meses anteriores. Esta etapa final no es solo una síntesis, sino la validación definitiva de todo el proceso.

El desarrollo de la tesis, hasta ahora documentado, está completo en su faz de investigación y producción de contenido (los artículos y el nuevo sitio web). Sin embargo, este último producto —el sitio web creado a base de IA y personalizado— aún no ha sido sometido a la mirada académica. La gran ansiedad que se gestionó con café y pocas horas de sueño se concentra ahora en esa validación externa. Es fundamental entender que, a día de hoy, el sitio web aún no está aprobado; nadie fuera del círculo de producción —o sea el autor— lo ha visto. Esto significa que todavía se está a la espera de que sea evaluado por el ojo sumamente crítico de los profesores de la materia, quienes ya demostraron que no toleran soluciones fáciles ni productos que no reflejen una auténtica impronta personal y profesional.

Este es el último gran obstáculo. La conclusión no puede ser redactada plenamente sin saber si el producto práctico —el que demostró la aplicación de la IA— ha cumplido con los estándares. Por lo tanto, el trabajo pendiente tiene una doble vía:

Elaboración analítica de la conclusión: esta pieza final debe ser una síntesis magistral que entrelace, de forma indisoluble, la experiencia personal vivida en la redacción de Infobae y en la gestión de los tiempos, con el Marco Histórico y Teórico que sustenta la tesis. Es el momento de poner en diálogo, de manera formal, la urgencia de la desinformación con la estrategia de Infobae, y la ansiedad del tesista con la necesidad de rigor periodístico. En términos de tono, se empleará el análisis pasivo ("Se observa una clara tendencia...", "Es posible afirmar que...") para mantener el rigor académico, sin por ello renunciar a la interpretación profunda y original que estas horas de insomnio y esfuerzo han permitido generar.

La espera de la validación y la posibilidad de retoque: mientras se avanza con la redacción, la tesis se mantiene, por definición, pendiente de la fase de validación externa. Esta es la parte más cuesta arriba: saber que el trabajo está hecho, pero que la aprobación final está sujeta a la crítica que, de ser negativa, podría obligar a nuevos ajustes en el producto digital y, consecuentemente, en la propia conclusión.

La tesis argumenta y demuestra, a través del caso Infobae y las entrevistas, que el periodismo del futuro es híbrido. El "equilibrio" no es un punto medio, sino un modelo de trabajo colaborativo donde la IA es la socia que aporta la velocidad y libera al periodista, mientras que el profesional humano aporta el criterio, la ética y la complejidad interpretativa que transforma un simple dato en una noticia significativa. En esencia, la máquina maneja la táctica (la eficiencia), y el periodista mantiene la estrategia (la misión y el criterio). Haber logrado este equilibrio en la teoría y demostrarlo en la práctica (con la creación del sitio web) es lo que da la confianza para enfrentar el veredicto final.

Por lo tanto, la situación actual es vivida con una dualidad intensa: el sueño de la licenciatura está cerca, pero queda un último tramo, no fácil y que se siente cuesta arriba, donde la tenacidad y la fe en el argumento deberán imponerse una vez más sobre la ansiedad y la duda, confiando en que el esfuerzo invertido en cada línea y cada clic, será suficiente para convencer a la mirada crítica de los profesores.

Pero algo es seguro, el periodismo es, y seguirá siendo, una función humana de criterio asistida por la máquina.

La recta final

Desde la aprobación formal reciente del producto digital por parte del equipo docente de Periodismo Digital, la última etapa del trabajo adquirió un sentido de cierre y reconocimiento institucional. El sitio web, pensado y realizado específicamente para la materia, integró fotografías tomadas en la redacción de Infobae, imágenes del propio autor en plena labor periodística y retratos de compañeros en escenas del día a día dentro del medio. Esta apuesta por lo original y genuino aportó al proyecto una identidad reconocible y alejó el resultado de cualquier planteo impersonal o genérico.

Incorporar al autor como protagonista directo de la narración significó un desafío metodológico y personal, motivado por los requerimientos de los docentes. Lejos del estilo impersonal tradicional, se pidió exponer la vivencia propia, los pormenores del proceso y la realidad de una redacción moderna, con la voz testimonial como canal narrativo. Este giro exigió reestructurar el enfoque, integrar nuevas imágenes y dotar al trabajo de una mirada interna, acorde con las demandas profesionales del periodismo digital contemporáneo.

La validación por parte de los profesores fue clara: la presencia de fotografías originales y la elección de visibilizar al autor y su entorno marcaron la diferencia y permitieron consolidar un producto digital auténtico y singular, adecuado para la acreditación académica.

Ese reconocimiento se materializó en la aprobación definitiva y en la calificación sobresaliente obtenida en todas las entregas parciales previas del proyecto de entrega de tesis escrita, con notas que oscilaron entre 9 y 10. Este desempeño refleja que el esfuerzo sostenido y el rigor aplicado desde el inicio han sido recompensados a lo largo de todas las etapas del proceso.

El trayecto no estuvo exento de obstáculos: el aislamiento generado por una mudanza, las exigencias propias del cierre de carrera y la coincidencia del desarrollo del proyecto con un viaje profesional a Praga que incluyó entrevistas a referentes del cine, el modelaje y la industria deportiva. Estas experiencias complejizaron el panorama, pero también enriquecieron el resultado final, aportando nuevos enfoques y fortaleciendo la mirada híbrida del trabajo.

A pesar de la validación y del reconocimiento obtenido en cada entrega, la recta final mantiene intacta la exigencia y la adrenalina. Mañana está prevista la entrega definitiva de la tesis y, en estos últimos minutos previos al cierre, el autor permanece despierto, afinando

detalles, completando el último tramo de un recorrido que ha demandado trabajo, persistencia y vocación.

El cierre se transforma así en una síntesis de todo un proceso que fue premiado en cada etapa y que, con la aprobación institucional, está a un paso de consolidar la meta de la graduación y el ingreso al ejercicio profesional con un respaldo académico tangible.

Entrevistas

Caruso, C. (2025). Comunicación personal. Entrevista realizada para esta investigación.

González Tomadín, F. (2025). Comunicación personal. Entrevista realizada para esta investigación.

Macia Marquis, F. (2025). Comunicación personal. Entrevista realizada para esta investigación.

Morales, O. (2025). Comunicación personal. Entrevista realizada para esta investigación.

Urriste, F. (2025). Comunicación personal. Entrevista realizada para esta investigación.

Referencias

Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (29), 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a1010>

Fundación Gabo. (2023). Los consejos de Infobae, el gigante nativo digital de América Latina, para líderes de medios emergentes. Recuperado de <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/los-consejos-de-infobae-el-gigante-nativo-digital-de-america-latina-para-lideres> (consultado 13/09/2025).

Fundación Konex. (2017). Infobae. Recuperado de <https://www.fundacionkonex.org/b4905-infobae#:~:text=Infobae%20es%20una%20de%20las,demand%20m%C3%A1s%20reconocida%20del%20continente> (consultado 13/09/2025).

Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *Revista Latina de*

<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1682>

Hadad, D. (2018). Infobae es el mayor medio digital de la Argentina. Infobae. Recuperado de

<https://www.infobae.com/noticias/2018/07/30/infobae-es-el-mayor-medio-digital-de-la-argentina/>.

Mandriles. [Mandriles]. (2025). Entrevista a Daniel Hadad - Mandriles 2025 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ircKfuxnpEY>.

Sociedad Interamericana de Prensa (2025). Periodismo en tiempos de inteligencia artificial: el desafío de reinventarse [Conferencia]. Sociedad Interamericana de Prensa. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vmhr6NbbS9g>

Páez, A., Saldaña Manche, W.V., Artigas, W., & Ríos Incio, F. (2024). La inteligencia artificial en el periodismo. Revisión bibliométrica en Scopus (1989-2022). Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 17(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13322>

Zhaxylykbayeva, R., Burkitbayeva, A., Zhakhyp, B., Kabylgazina, K., & Ashirbekova, G. (2025). Artificial Intelligence and Journalistic Ethics: A Comparative Analysis of AI-Generated Content and Traditional Journalism. Journalism and Media, 6(3), 105. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>

Infobae. (2023). Los desafíos de la Inteligencia Artificial aplicada al periodismo. Recuperado de

<https://www.infobae.com/tendencias/2023/11/16/los-desafios-de-la-inteligencia-artificial-aplicada-al-periodismo/>

Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). *Generating Change: Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA*. JournalismAI. https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change_

El País. (2023, 11 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>

La Nación. (2025, 6 de julio). La inteligencia artificial y el olvido de la ética.
<https://www.lanacion.com.ar/editoriales/la-inteligencia-artificial-y-el-olvido-de-la-etica-nid06072025/>

Reuters Institute. (2025). AI and the Future of News.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/ai-journalism-future-news>

Simon, F. M. (2023). *Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena*. Tow Center for Digital Journalism.
https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php

UNESCO. (2025). Inteligencia artificial y periodismo en América Latina: un debate urgente para la democracia.
<https://www.unesco.org/es/articles/inteligencia-artificial-y-periodismo-en-america-latina-un-debate-urgente-para-la-democracia>