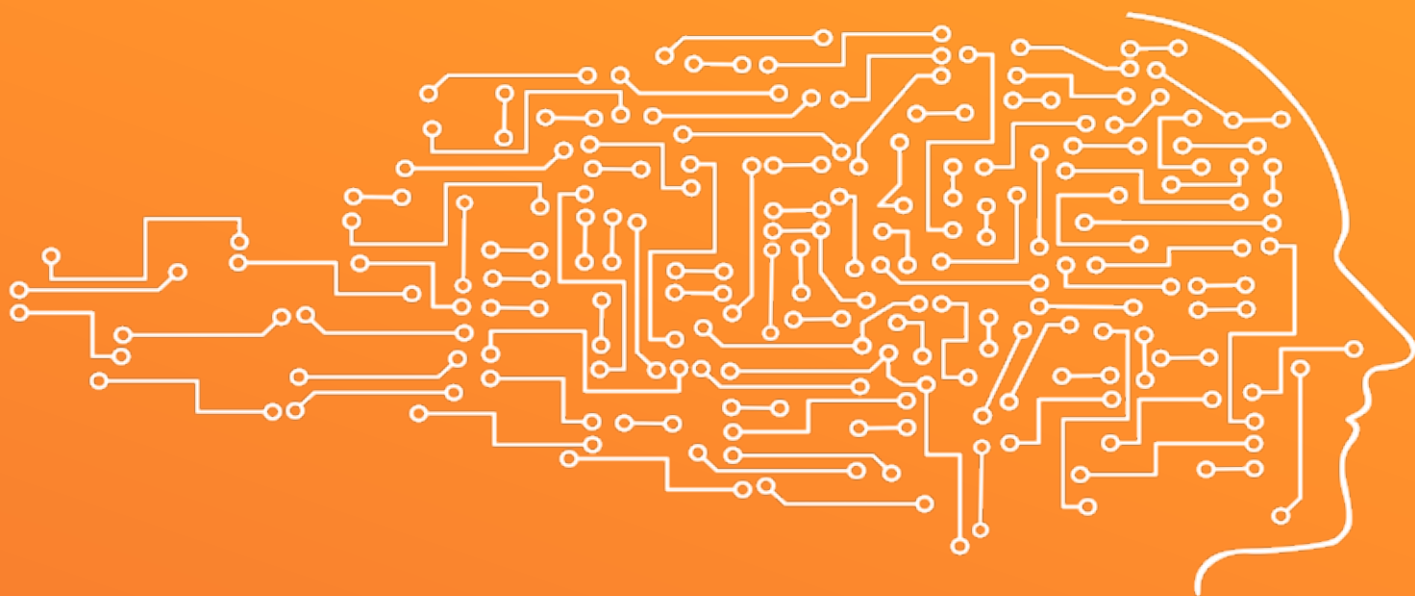


SANTIAGO TEJEDOR
(Dir. & Ed.)

Inteligencia artificial y medios

Mapping de proyectos



Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital

Gabinete de Comunicación y Educación

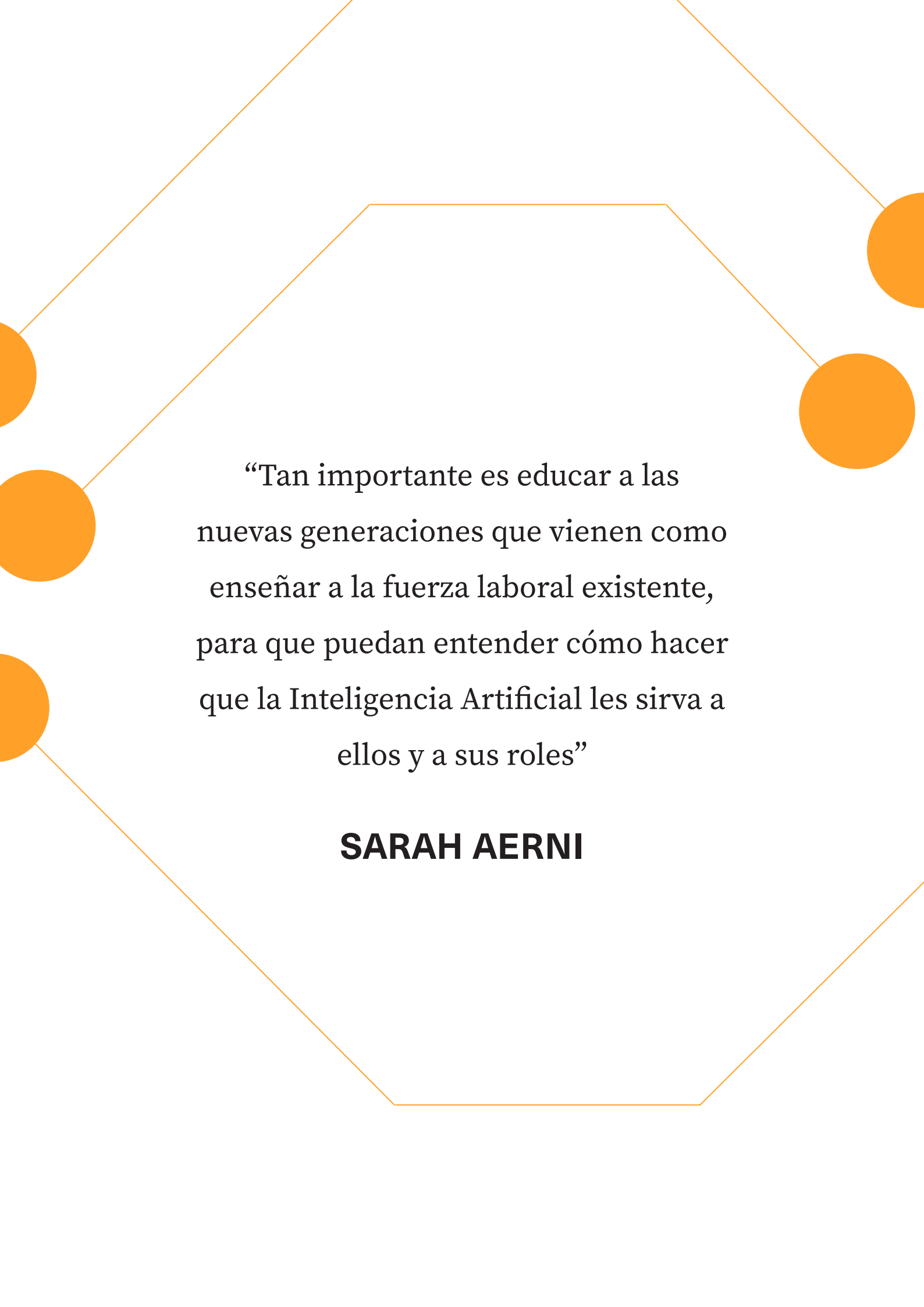
Universitat Autònoma de Barcelona

Oi2 Observatorio para la Innovación de
los Informativos en la Sociedad Digital

rtve

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

 **gabinete**
comunicación
y educación

The page features a decorative design with several orange circles of varying sizes and thin orange lines that form a large, irregular shape framing the central text. The circles are positioned at the corners and along the edges of the frame.

“Tan importante es educar a las nuevas generaciones que vienen como enseñar a la fuerza laboral existente, para que puedan entender cómo hacer que la Inteligencia Artificial les sirva a ellos y a sus roles”

SARAH AERNI

Dirección y edición

Santiago Tejedor

Equipo de contenidos

Natalí Guerrero

María José Recoder

Santiago Tejedor

Stephanie Vick

Beatriz Villarejo

Equipo de asesor

Pedro Cánovas

Esteve Crespo

Esteban Mayoral

Cristina Pulido

Montserrat Rigall

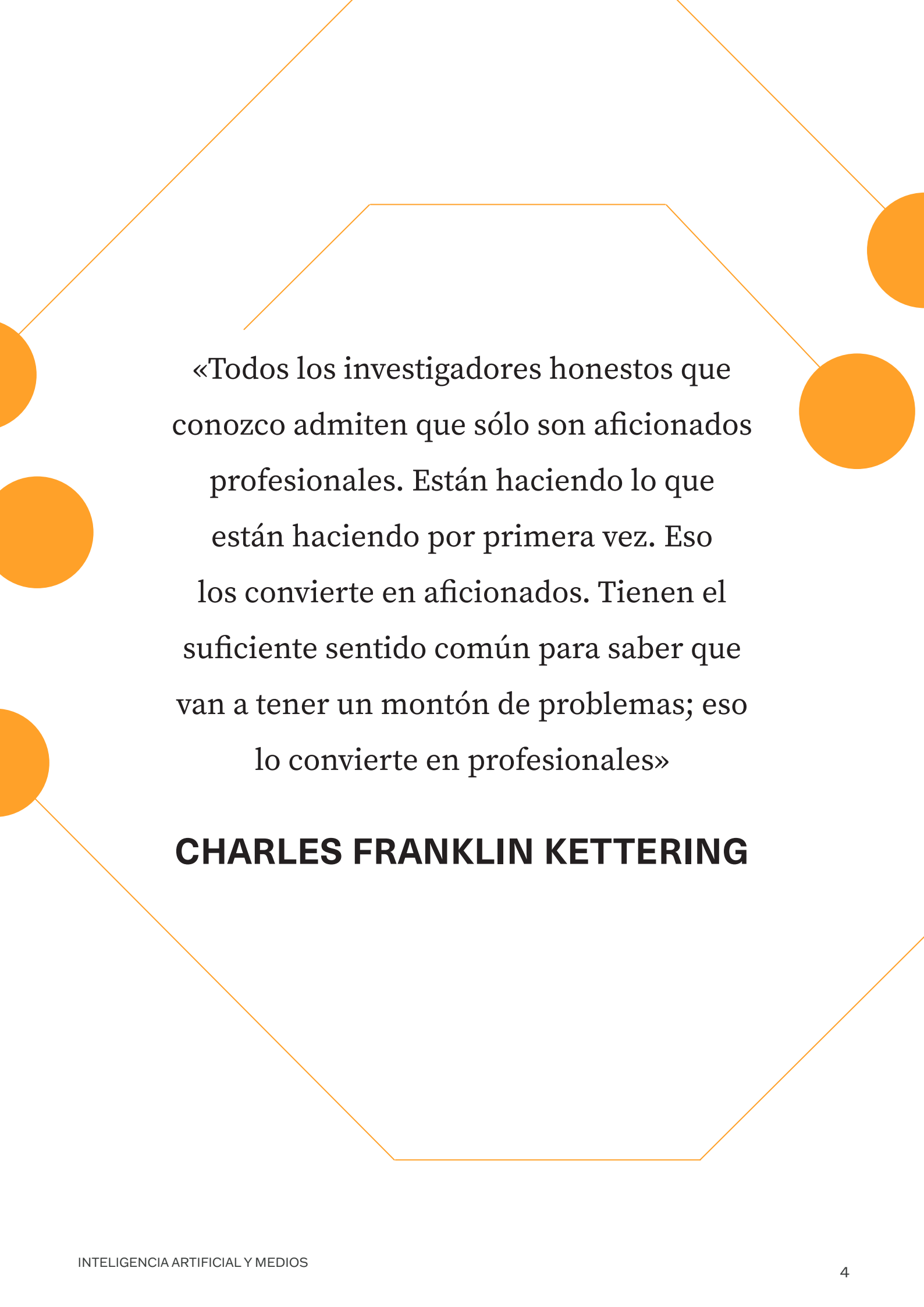
Diseño y maqueta

Lavinia Jaraba

© Gabinete de Comunicación y Educación UAB / Oi2 2025

ISBN: 978-84-129497-3-5

Este informe ha sido elaborado en el marco de la Cátedra RTVE-UAB para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital que da forma al Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital (OI2). Este proyecto, impulsado por Radio Televisión Española y el Gabinete de Comunicación y Educación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), se centra en el estudio, el monitoreo y la investigación de las últimas tendencias en el ámbito de los informativos televisivos con el objetivo de demostrar cómo estas iniciativas se pueden desarrollar de forma sostenible y adaptadas a la economía actual.

The page features a decorative design with several orange circles of varying sizes and thin orange lines that form a large, irregular shape framing the central text. The circles are positioned on the left and right sides, with lines extending from them towards the center.

«Todos los investigadores honestos que conozco admiten que sólo son aficionados profesionales. Están haciendo lo que están haciendo por primera vez. Eso los convierte en aficionados. Tienen el suficiente sentido común para saber que van a tener un montón de problemas; eso lo convierte en profesionales»

CHARLES FRANKLIN KETTERING

| | | |
|----|---|----|
| 01 | INTRODUCCIÓN | 7 |
| 02 | METODOLOGÍA | 10 |
| 03 | GRUPOS MEDIÁTICOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE USAN IA | 14 |
| | PROYECTO IVERES | 15 |
| | THE BALTIMORE TIMES | 22 |
| | FINANCIAL TIMES | 28 |
| | JP/POLITIKENS | 33 |
| | THE WASHINGTON POST | 38 |
| | HENNEO | 43 |
| | GRUPO OCTUBRE | 49 |
| | YLEISRADIO | 55 |
| | LE MONDE | 59 |
| | THE NEW YORK TIMES | 64 |
| | EL SURTIDOR | 68 |

04 MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE USAN AVATARES 75

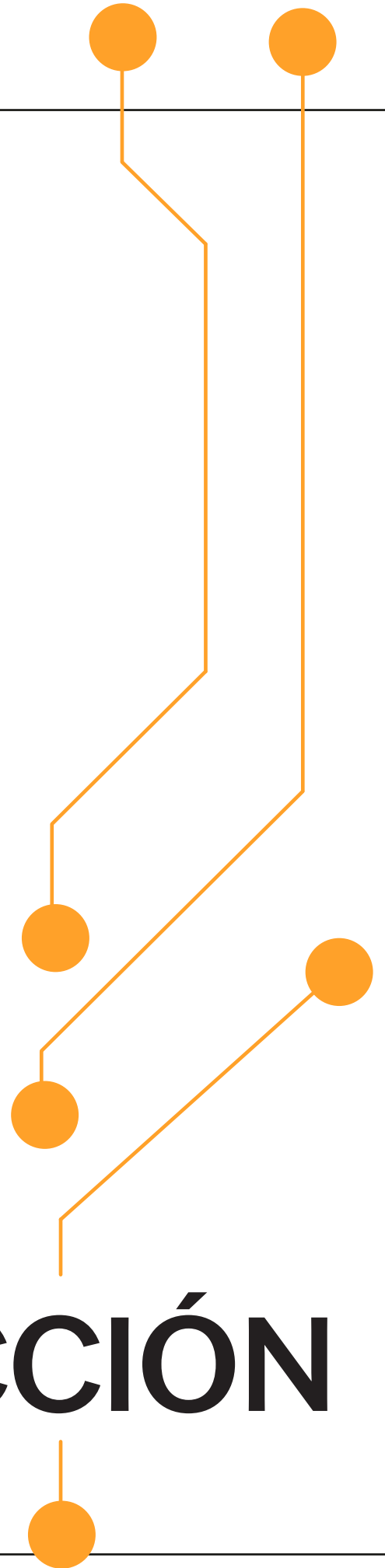
| | |
|-----------------------|-----|
| RADIO 3 | 77 |
| CONNECTAS | 81 |
| GRUPO FORMULA | 85 |
| AAJ TAK (INDIA TODAY) | 91 |
| ODISHA TV | 95 |
| LETRAS TV | 99 |
| NOTICIAS CARACOL | 103 |
| NORTINOR.COM | 107 |
| OFF RADIO KRAKOW | 110 |
| INTAR RADIO | 114 |
| RADIO GPT | 118 |

05 CONCLUSIONES 121

06 FUENTES DE INFORMACIÓN 126

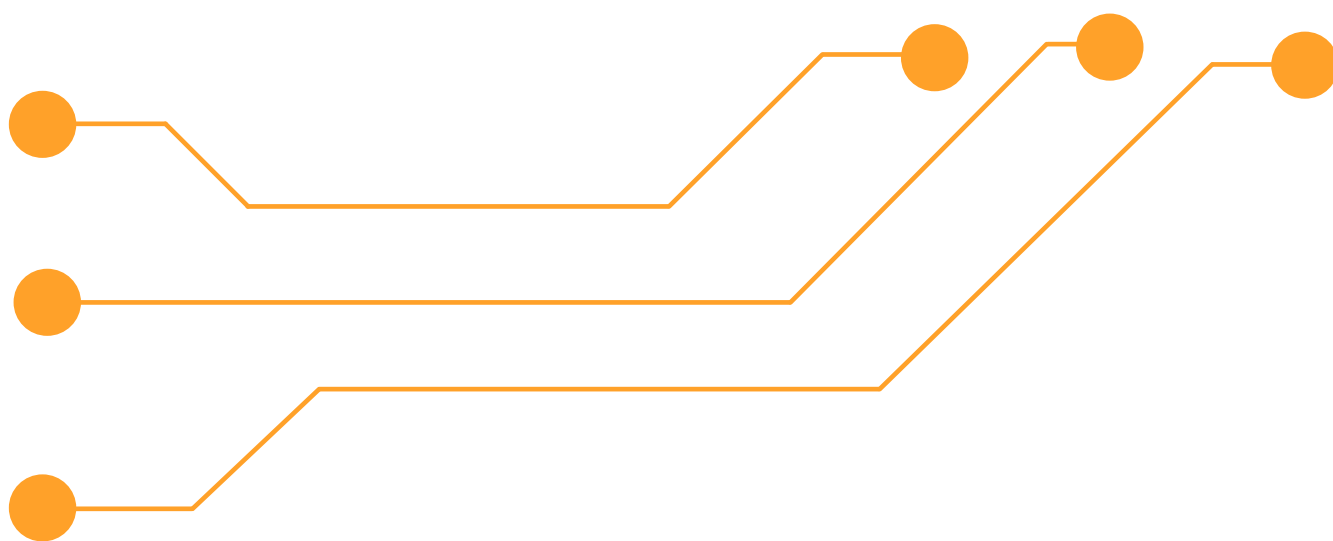
01

INTRODUCCIÓN




La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como una de las tecnologías más innovadoras en el ámbito de los medios de comunicación. En un mundo caracterizado por un flujo constante de información y por la necesidad de adaptarse a las demandas cambiantes de la audiencia, los medios han comenzado a explorar cómo la IA puede ser utilizada para mejorar tanto la calidad como la eficiencia de su labor comunicativa.

Este informe, elaborado por los miembros del SGR00735 – Gabinete de Comunicación y Educación de la Universitat Autònoma de Barcelona, se enmarca en la cátedra RTVE-UAB Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital y tiene como objetivo analizar el impacto de la IA en el desarrollo de la actividad periodística.



A lo largo de este documento, se examinan 22 experiencias, proyectos o casos vinculados con medios de comunicación de diversas regiones del mundo, incluyendo Europa, Estados Unidos, América Latina y Asia. La selección de estos medios se basa en su capacidad para implementar herramientas de IA de manera efectiva, así como en su compromiso con la innovación y la mejora continua.



El enfoque metodológico adoptado integra una revisión bibliográfica y una búsqueda documental, complementada con el análisis de casos específicos. Esto ha permitido recopilar información sobre cómo estos medios están utilizando la IA para optimizar sus procesos de producción, mejorar la experiencia del usuario y expandir su presencia en plataformas digitales. Además, se ha llevado a cabo una consulta con personas expertas en el área de la comunicación, así como una investigación sobre proyectos nacionales e internacionales que implementan la IA de manera disruptiva.

El informe se estructura en cuatro partes principales. En la primera parte, se detalla el enfoque metodológico empleado. La segunda parte, analiza los medios de comunicación a nivel mundial que han integrado la IA en sus operaciones, destacando ejemplos concretos de aplicaciones exitosas. En la tercera parte, se explora el uso de avatares y otras tecnologías emergentes que buscan atraer a un público más joven y diversificado, así como las estrategias implementadas para abordar temas sensibles en contextos políticos adversos. Finalmente, la última parte presenta las conclusiones del estudio, reflexionando sobre las implicaciones éticas y los desafíos que enfrentan los medios en la adopción de estas tecnologías.

Este análisis ofrece una visión integral sobre cómo la IA está redefiniendo el panorama mediático actual. Esperamos que los hallazgos y reflexiones presentados en este informe sean de utilidad para el personal académico, profesionales de la comunicación y cualquier persona interesada en el futuro del periodismo en la era digital.



A decorative graphic consisting of three orange circles of varying sizes on the left side, connected by orange lines that form a series of right-angled paths extending towards the right. The top circle is the largest, the middle one is medium, and the bottom one is the smallest.

02

METODOLOGÍA

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of three orange circles of varying sizes, each connected to the bottom edge of the page by a thin vertical orange line.

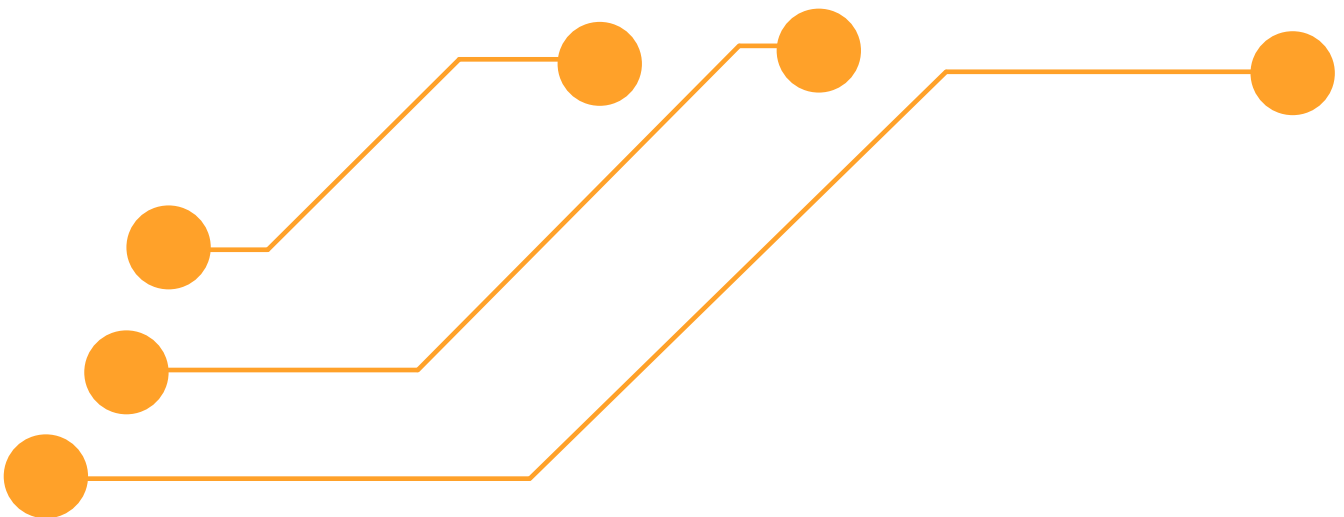
Este estudio se propone explorar cómo la inteligencia artificial (IA) está transformando los medios de comunicación. Para abordar esta cuestión, se ha diseñado una metodología cualitativa que integra diversas herramientas de investigación, permitiendo una triangulación de datos que garantiza la solidez de los resultados obtenidos.


El primer paso consistió en realizar una revisión bibliográfica centrada en los últimos cinco años, orientada a identificar evidencias científicas sobre esta área. Para ello, el trabajo ha utilizado bases de datos académicas, artículos científicos y reportes institucionales, explorando términos clave relacionados con la inteligencia artificial y los medios de comunicación.

Posteriormente, se realizó una búsqueda exhaustiva de proyectos nacionales e internacionales relevantes. Esta búsqueda se llevó a cabo a través del motor de búsqueda Google entre el 1 de noviembre al 10 de diciembre, utilizando palabras clave en inglés y español, como “inteligencia artificial”, “artificial intelligence”, “IA”, “avatares”, “avatars”, “medios de comunicación que implementan IA” y “media and artificial intelligence”. Definimos criterios específicos para seleccionar los casos de estudio, priorizando medios de alcance global, aquellos que incorporan avatares como presentadores, y los que utilizan IA de manera innovadora, superando la simple generación de texto, imágenes o vídeos. Este análisis inicial permitió detectar tendencias internacionales y recopilar ejemplos claros del impacto de la IA en el ámbito de la comunicación.

Para complementar esta búsqueda, el estudio exploró directamente medios de comunicación específicos para identificar casos disruptivos de implementación de IA. En esta etapa, se revisaron tanto los sitios web de los medios como publicaciones relevantes que mencionaran explícitamente el uso de IA. El enfoque estuvo en identificar prácticas innovadoras, como la integración de avatares en la presentación de noticias o la creación de experiencias interactivas impulsadas por IA. En esta búsqueda, se detectaron los medios: Proyecto Iveres, The Baltimore Times, Financial Times, JP/Politikens, The Washington Post, Henneo, Grupo Octubre, Yleisradio+, Le Monde, The New York Times, El Surtidor, Radio 3, Connectas, Grupo Formula, Aaj Tak (India Today), Odisha TV, Letras TV, Noticias Caracol, Nortinor.com, Off Radio Krakow y Radio GPT.

Una vez recopilados los datos, procedimos a su análisis utilizando categorías definidas para detectar patrones clave en el uso de IA en los medios y llegar a conclusiones que permitan plasmar el panorama de la inclusión de IA en el entorno mediático. A continuación, se presenta un recorrido por cada uno de ellos mediante una ficha descriptiva que identifica los aspectos de mayor relevancia respecto al enfoque del presente estudio.





“Nadie lo expresa de esta manera,
pero creo que la inteligencia
artificial es casi una disciplina de
humanidades. Es realmente un intento
de comprender la inteligencia y el
conocimiento humano”.

SEBASTIAN THRUN

03

**GRUPOS
MEDIÁTICOS
Y MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
QUE USAN IA**

IVERES



NOMBRE DEL MEDIO

Proyecto IVERES "Identificación, Verificación y Respuesta"

LINK

iveres.es

PAÍS

España

AÑO DE FUNDACIÓN

2022

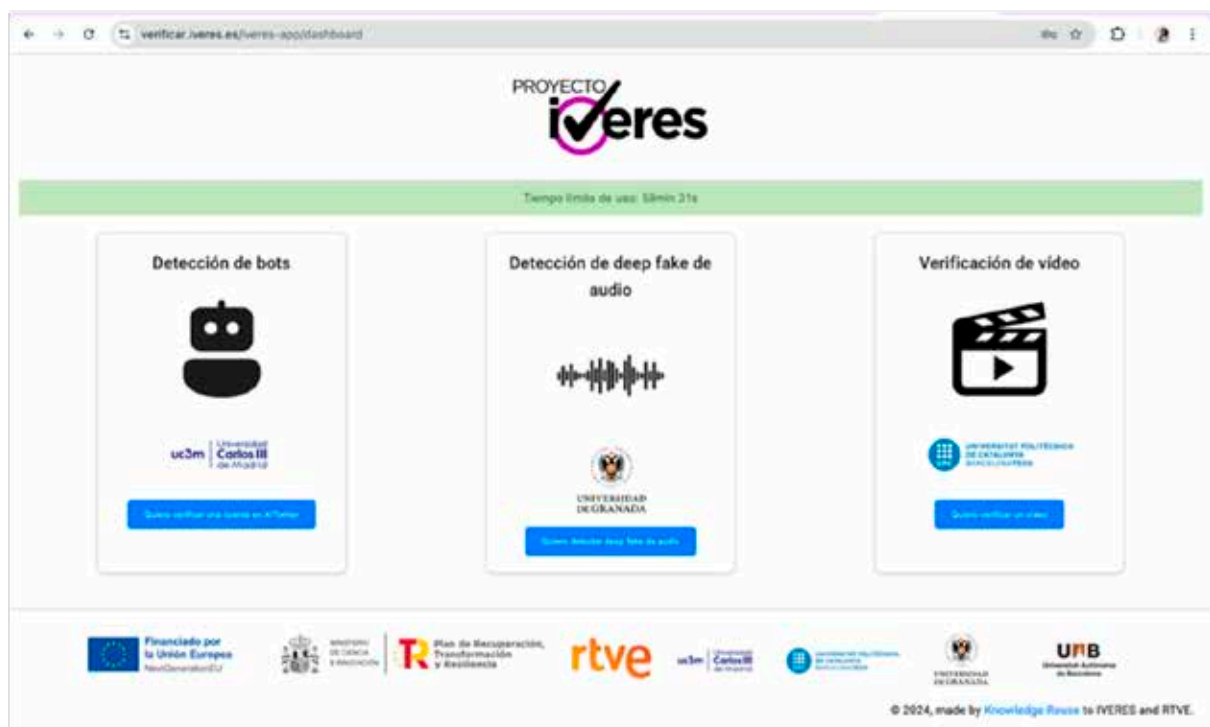
Radio Televisión Española (RTVE) es la corporación pública nacional de radio y televisión de España. Ofrece una amplia variedad de contenidos en radio, televisión e internet, tanto en castellano como en lenguas cooficiales.

RTVE trabaja en diversos proyectos que van a la par con los avances tecnológicos que afectan a los medios de comunicación. Por ejemplo, uno de ellos, el **proyecto IVERES 'Identificación, Verificación y Respuesta'**, nace con la voluntad de crear una herramienta de inteligencia artificial que ayuda a detectar informaciones o contenidos falsos de diferente índole. El principal objetivo es el desarrollo de un sistema de verificación en lengua española que sirva de apoyo al periodista en todas las fases de su trabajo.

Es un proyecto codirigido por **Radio Televisión Española** y el **Gabinete de Comunicación y Educación** de la **Universitat Autònoma de Barcelona** (UAB), y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación perteneciente a la convocatoria de 2021, Proyectos de I+D+I en líneas estratégicas, en colaboración público-privada, del programa estatal de I+D+I orientada a los retos de la sociedad en el marco del plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2017-2020.

Para la parte del desarrollo tecnológico, RTVE y la UAB han colaborado con tres cátedras: la cátedra de la Universidad Carlos III de Madrid, de la Universidad Politécnica de Cataluña y de la Universidad de Granada, quienes se han encargado de crear las diferentes funcionalidades de la herramienta.

Esta iniciativa ha desarrollado un aplicativo con tecnologías de inteligencia artificial para la monitorización de redes sociales, verificación de imágenes y vídeo, detección de suplantaciones de voz y archivado. En su página web, cualquier usuario puede acceder al servicio de verificación, disponiendo de una hora por día para utilizar cualquiera de las funcionalidades disponibles.



Aplicativo IVERES (Fuente: <https://iveres.es>)

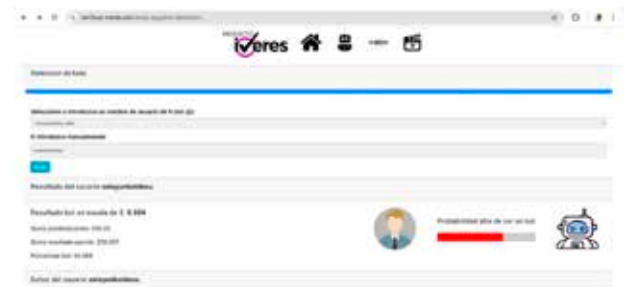
Según su página web, la filosofía del proyecto es crear una “caja de herramientas de IA” que sirva de apoyo al periodista en todas las fases de su trabajo de verificación para poder dar uso a las soluciones que ofrece esta tecnología. La herramienta permite:



Monitorización de vídeo (Fuente: <https://iveres.es>)

Detección de bots: La herramienta realiza predicciones sobre la naturaleza de una cuenta de un usuario determinado en la red social X. Esto permite detectar si la cuenta es de un humano o de un robot, que son un tipo de riesgo de fuentes de desinformación.

Monitorización de vídeos y verificación de imágenes: Permite la monitorización de vídeos y canales en YouTube, TikTok, X y Telegram. En el caso de los vídeos, permite detectar de forma automática el idioma, brindando transcripciones y traducciones, y generando metadatos y subtítulos que pueden ayudar al verificador. Asimismo, permite la generación automática de correos de alerta y clasificación de contenidos de los canales monitoreados. Además, permite verificar porcentaje de fakes en vídeos e imágenes.



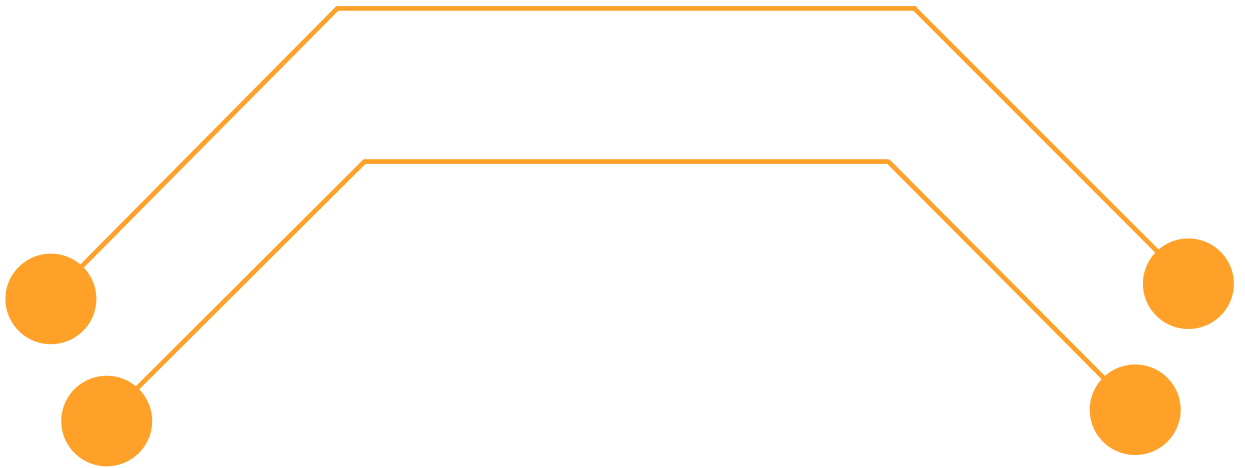
Detección de bots (Fuente: <https://iveres.es>)



Verificación de voz (Fuente: <https://iveres.es>)

Detección de fakes en audio: El sistema permite monitorizar audios para detectar si ha ocurrido una suplantación de voz humana por una sintética.

Uso de inteligencia artificial

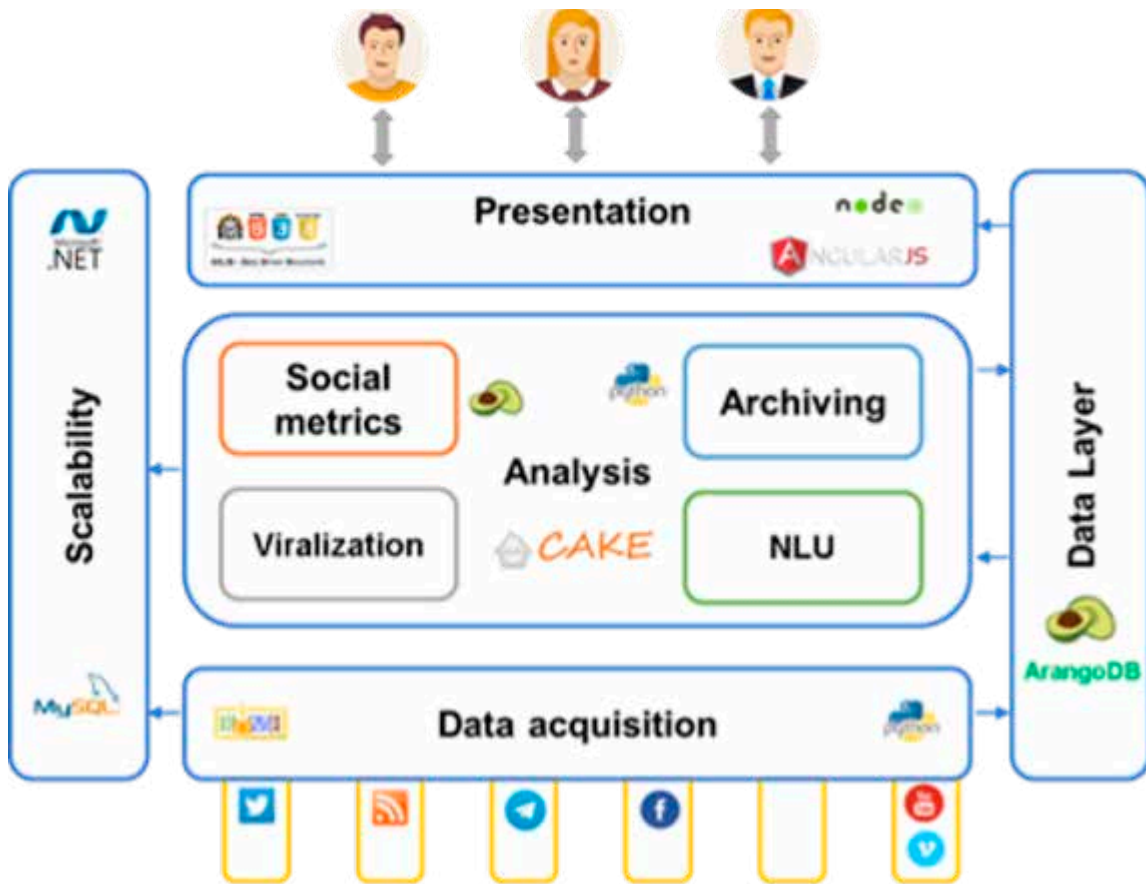


Como se ha indicado, el aplicativo IVERES se divide en tres funcionalidades, por lo que cada una está desarrollada con diferentes herramientas y algoritmos de IA para definir los diferentes procesos de verificación y monitorización.

En el caso del análisis de vídeos, la herramienta sigue diferentes procesos. Para la detección de idiomas de los vídeos subidos a la plataforma se utiliza un software de código abierto, trabajando con 96 idiomas distintos. Para realizar la transcripción automática en lengua original utilizan Whisper, un software libre de OpenAI, y para las traducciones en inglés y español trabajan con modelos multilinguaje de código abierto.

Para la detección de *fakes* en los vídeos, se aplican de forma sistemática los algoritmos Deepware, Polimi y uno desarrollado por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC). Estos algoritmos están especializados en la detección de caras falsas mediante técnicas de FaceSwapping. Para los resultados, los algoritmos extraen una probabilidad global de que los contenidos del vídeo sean falsos o no.

Por su parte, en la monitorización de redes sociales y detección de bots, la arquitectura lógica del sistema emplea la técnica SMART-IVERES.



Verificación de voz (Fuente: Elaboración propia)

El sistema está compuesto por varios módulos que trabajan juntos para recopilar, analizar y presentar datos. El módulo de adquisición de datos se encarga de obtener datos de diferentes plataformas, como X, Telegram, TikTok y YouTube. Para ello, se conecta a herramientas y APIs externas que permiten acceder a esta formación en tiempo real.

El módulo de capa de datos organiza toda la información recopilada en una base de datos especial que clasifica los datos de forma estructurada. Esta base puede almacenar una variedad de datos y permite que el sistema crezca o se adapte a nuevas necesidades.

En el módulo de análisis se realizan las tareas principales del sistema, como organizar los datos, buscar información relevante, hacer recomendaciones personalizadas, detectar contenido viral o identificar bots. Además, se encarga de archivar los datos de manera eficiente.

Por último, el módulo de presentación es una interfaz o panel que muestra la información procesada por el sistema. Este panel permite a los usuarios ver los resultados del análisis e interactuar con el sistema de forma sencilla.

Para la detección de bots, la Universidad Carlos III de Madrid desarrolló un algoritmo que incluye varias métricas, función de los datos de usuario, las temáticas tratadas y la interacción con otros usuarios para detectar si la cuenta corresponde a un usuario legítimo o se trata de un bot.



Por último, **la funcionalidad de verificación de voz** se centró en la síntesis profunda de habla y la detección de *deep fake* en audio. En el primer ámbito, la Universidad de Granada (UGR) analizó la tecnología actual de síntesis profunda de habla y desarrolló métodos para detectar *deep fake* en audio, con el objetivo de discernir entre grabaciones reales y suplantaciones automatizadas con fines maliciosos.

En el segundo ámbito, investigaron la aplicación de la IA conversacional en la verificación de noticias y en servicios públicos relacionados con el acceso a información y verificación de noticias. La UGR seleccionó algoritmos y realizó experimentos con distintos conjuntos de datos, obteniendo resultados satisfactorios en la identificación de audios falsos y reales.

También se trabajó en la selección y generación de conjuntos de datos, incluyendo audios de personalidades de interés para Verifica RTVE, como el Rey Felipe VI o el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, para mayor precisión en las verificaciones.



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

THE BALTIMORE TIMES



NOMBRE DEL MEDIO

The Baltimore Times

LINK

baltimoretimes-online.com

PAÍS

Estados Unidos

AÑO DE FUNDACIÓN

1987

The Baltimore Times es un periódico semanal dirigido a las comunidades de Maryland (USA), con un enfoque particular en noticias locales y eventos comunitarios. Su cobertura abarca una variedad de temas, como finanzas personales, salud, religión, negocios, educación, deportes, entretenimiento y bienes raíces. Bajo el lema “Historias positivas sobre personas positivas”, el medio se dedica a resaltar noticias inspiradoras, destacando a individuos, organizaciones comunitarias y empresas que contribuyen a la comunidad de Baltimore.



THE BALTIMORE TIMES

Vol. 38 No. 42 August 9 - 15, 2024 A Baltimore Times/Times of Baltimore Publication

Partnership Between Minority Business Development Agency, Urban Strategies Aims to Strengthen Local Minority Businesses

Eric Morrissette (left), Acting Under Secretary of Commerce for the Minority Business Development Agency shakes hands with Esther Shin, president of Urban Strategies Inc., in celebration of a partnership between USI and MBDA during an event in Baltimore on July 29, 2024. The two organizations will collaborate to strengthen minority businesses in Baltimore. (See article on page 2)

Photo courtesy of the Housing Authority of Baltimore City

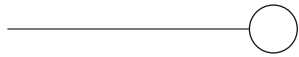
Portada de Baltimore Times (Fuente: <https://macpa.net/the-baltimore-times>)

A pesar de ser un medio local con recursos limitados, The Baltimore Times ha integrado tecnologías de inteligencia artificial (IA) en sus rutinas periodísticas para añadir valor y eficiencia a su trabajo. Según **Paris Brown**¹, la directora asociada del medio, la IA se ha convertido en una herramienta clave que permite a los medios pequeños, como este, mejorar la experiencia de sus lectores y agilizar las tareas del medio. Brown presentó la iniciativa durante una sesión de estrategia de IA en la Cumbre de Noticias Locales en Texas.

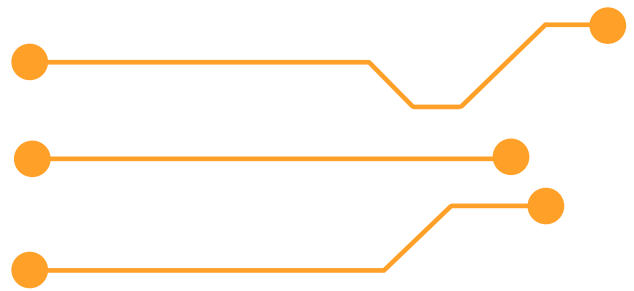
¹ Ver: *How The Baltimore Times uses AI to serve audiences better*

El uso de la IA ha sido particularmente útil para el medio, dado su equipo reducido de redacción. La tecnología ha permitido optimizar diversos aspectos de la producción periodística, como la edición de textos, la creación de imágenes, la mejora de la experiencia del usuario y la expansión de las plataformas digitales para facilitar el acceso a los contenidos.

The Baltimore Times ha logrado adaptarse mejor a los desafíos propios de los medios locales, maximizando sus recursos limitados y mejorando la calidad de los servicios que ofrece a sus lectores. “Mejorar la calidad de vida de nuestros lectores, esa es nuestra misión. No le tememos a la IA. Es nuestra amiga. Nos ayuda a servir a nuestra audiencia”, afirmó Brown en una sesión de la Cumbre de Noticias Locales organizada por la Local Media Association, en 2024.



Uso de inteligencia artificial



El medio utiliza herramientas de IA para revisar la ortografía, sintaxis y gramática en sus comunicaciones como correos electrónicos o documentos para publicar. Además, esta tecnología les ayuda para generar borradores de mails, esquemas para presentaciones y desarrollar calendarios e hitos para sus proyectos.

Brown y el equipo han entrenado al chatbot para que vaya acorde con la misión y valores del medio, sin embargo, siempre verifican que sus respuestas reflejen esos valores. Por ejemplo, en el proyecto “**Pedals of Resilience**”, que ilustra la historia de los ciclistas negros, el equipo utilizó IA para elaborar el título y la descripción del proyecto como “un viaje a través del tiempo, la determinación y el triunfo”.

Además, incorporaron elementos de realidad virtual y realidad aumentada, permitiendo a los usuarios acompañar a los ciclistas históricos o verse a sí mismos en una portada personalizada del medio, reflejando el potencial de la IA para transformar la interacción de los usuarios con los contenidos.

Además, el medio hace uso de la herramienta **DALL-E** para la creación de imágenes. Esto permite al equipo producir imágenes que se ajusten a la narrativa y tono de cada artículo. Uno de los casos más llamativos es la cobertura del aniversario de Martin Luther King Jr., en la que utilizaron como portada una imagen creada con IA.

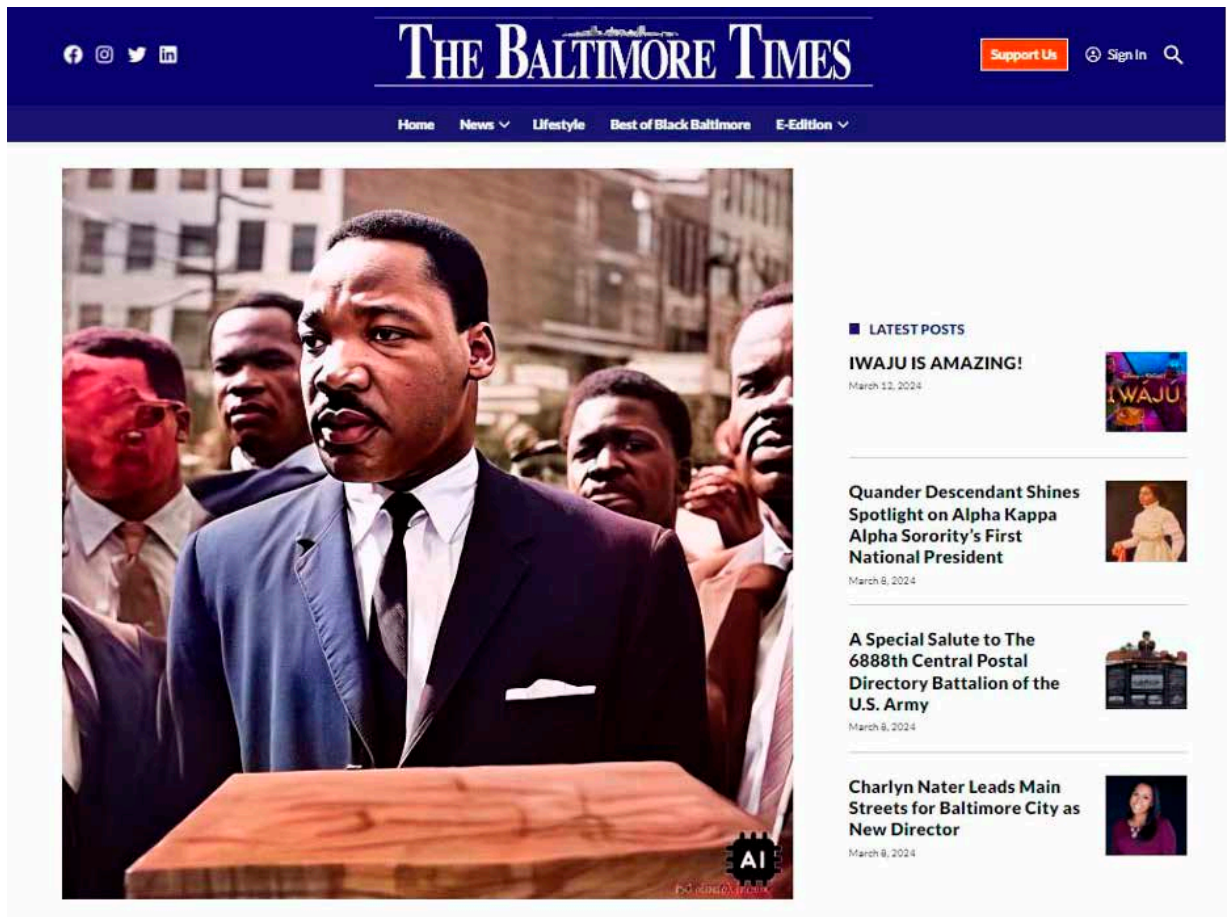


Imagen creada por IA (Fuente: <https://baltimoretimes-online.com>)

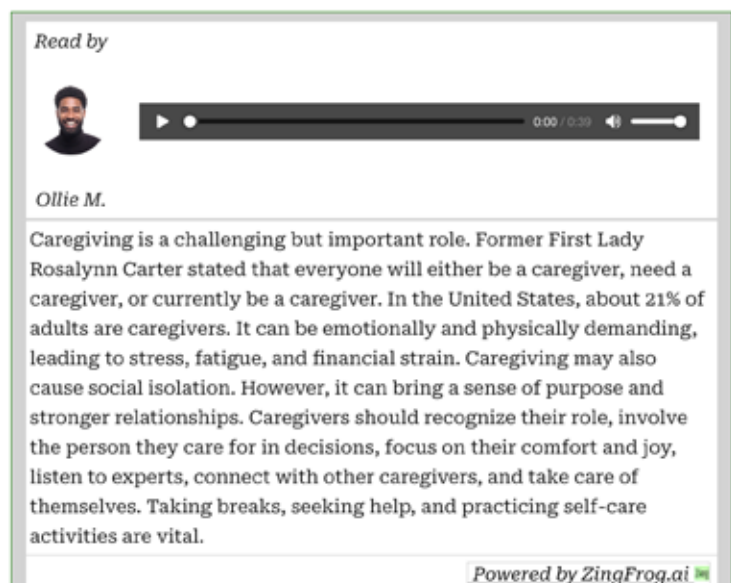


Otra propuesta interesante en la apuesta por la IA es su versión de audio en artículos. El medio utiliza **Zing AI** para añadir audios que acompañen sus artículos de temáticas de salud y desigualdades sanitarias. Esta iniciativa surgió para romper las barreras de acceso a las que se enfrentan los lectores para leer sobre temas sanitarios, y plantea un formato llamativo para acercarse a la audiencia.



The screenshot shows the Baltimore Times website interface. At the top, there are social media icons (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) and the site's logo. A navigation bar includes links for Home, News, Local, Best of Black Baltimore, E-Edition, Creatively Black Baltimore, and Newsletter Sign up. The main article title is "Caring for the Caregiver" by Jayne Hopson, dated May 4, 2023. Below the title is a photograph of an elderly man and woman sitting on a bed, looking at each other. Underneath the photo is a section titled "Audio and Text Summary".

El Baltimore Times creó un conjunto de avatares y voces inclusivas que permiten a sus lectores escoger entre los múltiples personajes, buscando mayor reflejo y representatividad con la audiencia a la que sirven.



The screenshot shows the "Audio and Text Summary" section. It includes a "Read by" section with a profile picture of Ollie M. and a play button icon. Below this is a text summary of the article.

Read by

Ollie M.

Caregiving is a challenging but important role. Former First Lady Rosalynn Carter stated that everyone will either be a caregiver, need a caregiver, or currently be a caregiver. In the United States, about 21% of adults are caregivers. It can be emotionally and physically demanding, leading to stress, fatigue, and financial strain. Caregiving may also cause social isolation. However, it can bring a sense of purpose and stronger relationships. Caregivers should recognize their role, involve the person they care for in decisions, focus on their comfort and joy, listen to experts, connect with other caregivers, and take care of themselves. Taking breaks, seeking help, and practicing self-care activities are vital.

Powered by ZingFrog.ai

Imagen creada por IA (Fuente: [baltimoretimes-online.com](https://www.baltimoretimes-online.com))

Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

FINANCIAL TIMES



NOMBRE DEL MEDIO

Financial Times

LINK

www.ft.com

PAÍS

Reino Unido

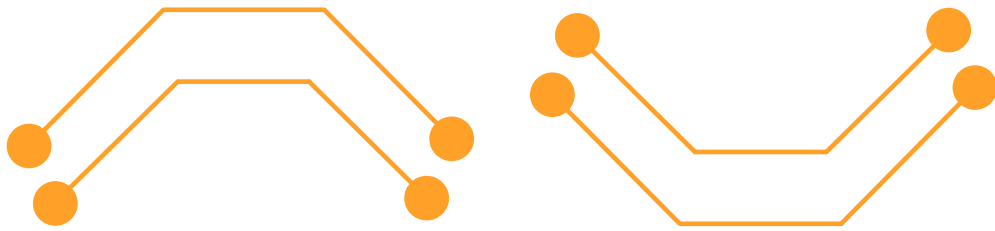
AÑO DE FUNDACIÓN

1988

Financial Times es un periódico de origen británico con énfasis en noticias internacionales sobre negocios y economía. El medio es conocido por su enfoque global y sus análisis en temas como mercados financieros, economía, política y tecnología. Cuenta con una audiencia internacional, mayormente ejecutivos, inversores y líderes de opinión.

El periódico tiene una versión impresa, y también ofrece contenidos digitales en su página web y sus aplicaciones, con una suscripción que proporciona acceso a artículos exclusivos y reportajes.

Para mantenerse a la vanguardia de la innovación tecnológica, el Financial Times ha integrado un chatbot de IA llamado Ask FT en su plataforma digital. Esta herramienta, diseñada con el propósito de mejorar la experiencia de los suscriptores del medio, utiliza tecnología avanzada al igual que ChatGPT, Copilot o Gemini para brindar respuestas rápidas a preguntas relacionadas con noticias y contenido del periódico.



Ask anything. Get an answer generated using FT content

This tool uses AI to generate answers. Our staff do not check or moderate the answers.

what's the US approach to AI regulation? × **Get an answer**

Answer generated using FT content from 01 January 2022 to 14 March 2024 ▾

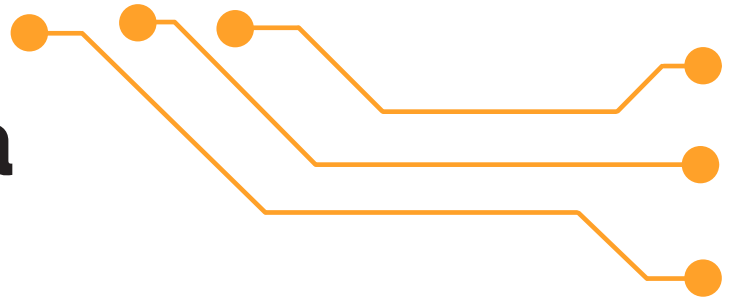
Generated answer
 Your query: 'what's the US approach to AI regulation?'

The United States approach to AI regulation so far has been more hands-off compared to the European Union.[3,4] While countries like China and the EU have introduced new laws and regulations pertaining to AI,[3] the US has focused on developing industry standards and agreements through cooperation between the government and private sector.[1]

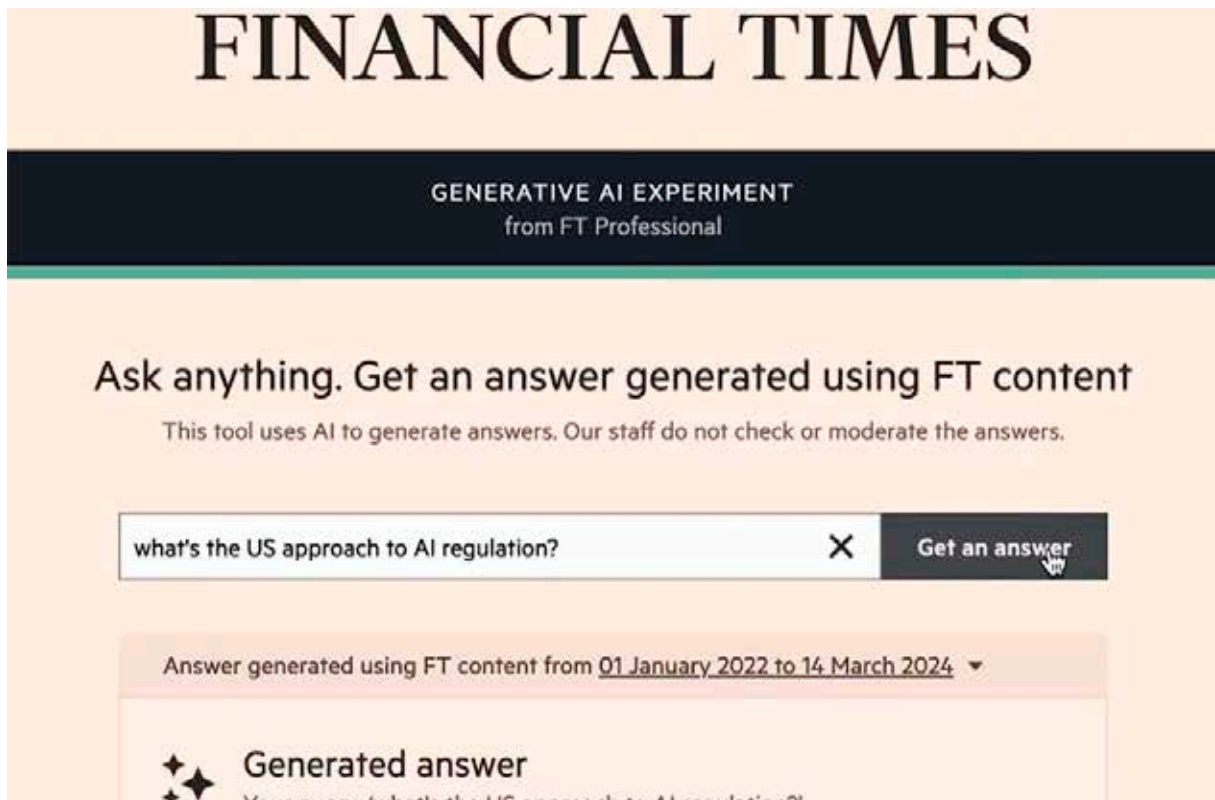
Ejemplo de chatbot (Fuente: *Financial Times Unveils GenAI Chatbot Trained on Decades of Content*)



Uso de inteligencia artificial



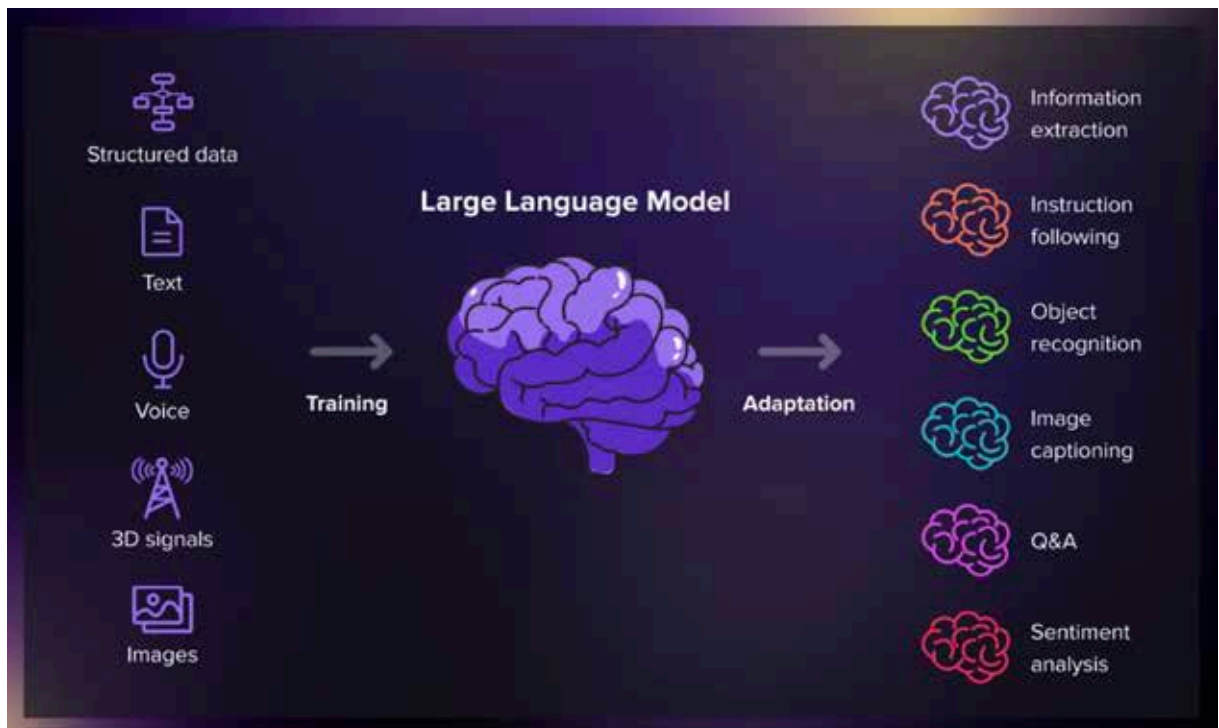
El chatbot desarrollado por el medio cuenta con capacidades de procesamiento de lenguaje natural para que los usuarios le realicen preguntas sobre tópicos relacionados con el propio medio. Ask FT permite a los suscriptores acceder a resúmenes, aclaraciones sobre artículos y análisis personalizados sobre temas económicos y financieros. Además, está diseñado para ayudar a los lectores a navegar por el vasto archivo de contenidos del Financial Times, lo que facilita la búsqueda de información específica como reportajes antiguos o datos relevantes sobre empresas, mercados o políticas globales.



Herramienta de IA (Fuente: [Usos de un chatbot de IA generativa en los periódicos: la experiencia de Financial Times con AskFT](#))

Por ejemplo, al realizarle una pregunta al chatbot, este responde con información actualizada y referenciada de noticias que ha hecho el medio. En la respuesta incluye números entre corchetes que corresponden a los artículos del Financial Times de los que extrajo información y que enumera debajo de la respuesta. Además, proporciona el período de tiempo en que se escribieron esos artículos.

La herramienta de IA está disponible para suscriptores pagos en el nivel FT Profesional, que va dirigido a instituciones y profesionales de negocio. Actualmente, el sistema funciona con Claude, un modelo de lenguaje de gran escala (LLM, en inglés) desarrollado por Anthropic. Los LLM son modelos de aprendizaje profundo muy grandes que están previamente entrenados con grandes cantidades de datos. No obstante, la directora de productos del medio indicó en una entrevista con The Verge que podrían cambiar el sistema, ya que el medio evalúa las herramientas que mejor satisfagan sus necesidades.



Tecnología LLM (Fuente: [Large language models \(LLMs\): A brief History, applications & challenges](#))



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

JP/POLITIKENS

JP|Politikens H

NOMBRE DEL MEDIO

JP/Politikens

LINK

jppol.dk/en

PAÍS

Dinamarca

AÑO DE FUNDACIÓN

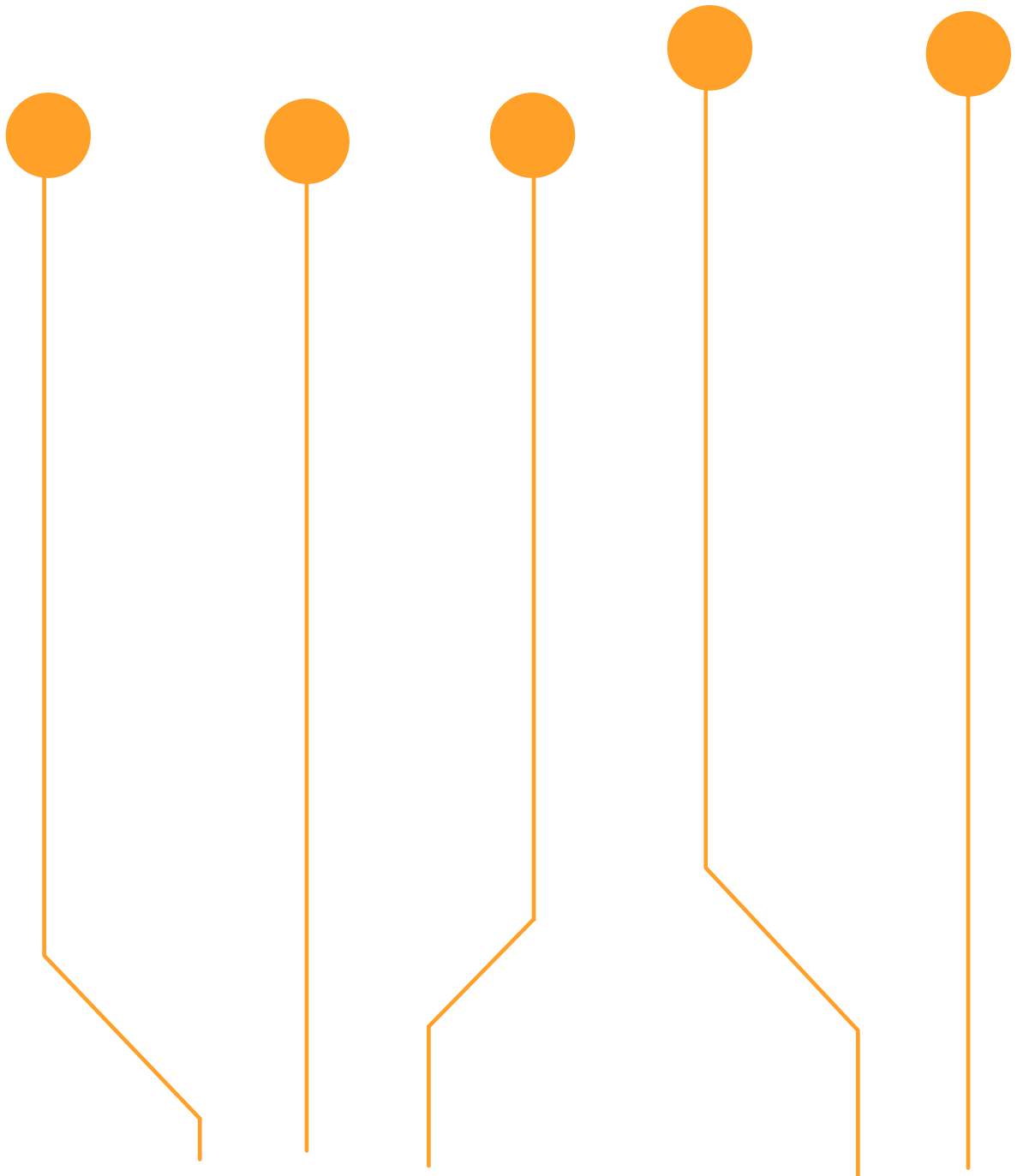
2003

JP/Politikens es uno de los mayores grupos mediáticos de Dinamarca, formado por la fusión de dos publicaciones históricas: Jyllands-Posten (JP), fundada en 1872, y Politiken, fundada en 1884. El medio cubre una amplia gama de temas como política, economía, cultura, ciencia y deportes.

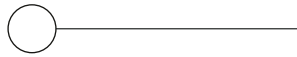
La fusión de ambas publicaciones ofrece a los lectores una oferta más diversa de contenidos, tanto en formato impreso como digital. En los últimos años, JP/Politiken ha invertido en la digitalización y en nuevas formas de interactuar con su audiencia.

Una de sus propuestas es el uso de IA, que comenzaron a incorporar a finales de 2019, mucho antes del auge global de esta tecnología. En esos inicios, el medio desarrolló un proyecto de IA en Ekstra Bladet, una de sus tres cabeceras nacionales.

Actualmente, el medio optó por cambiar el enfoque a un nuevo modelo centralizado para todo el grupo: Ekstra Bladet, Jyllands-Posten y Politiken. El grupo mediático se centra en tres funcionalidades principales de IA: inteligencia artificial generativa (GenAI), metadatos y sistema de recomendaciones.

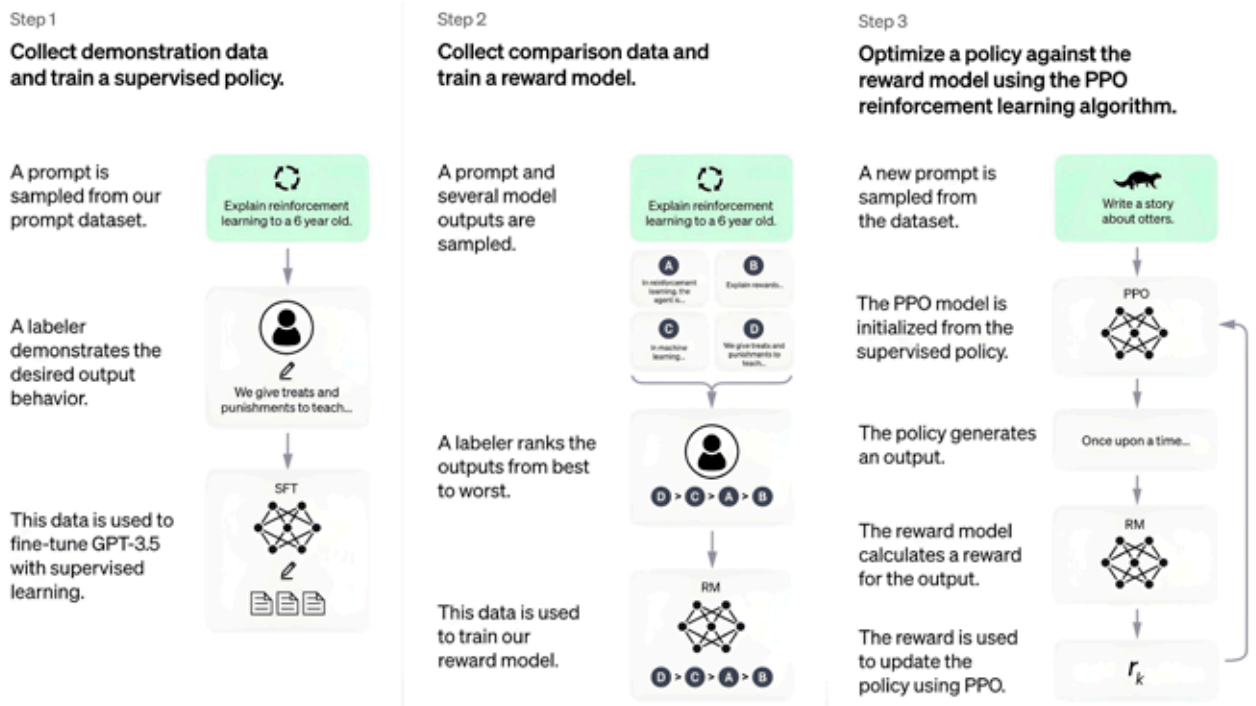


Uso de inteligencia artificial



JP/Politikens utiliza IA para diferentes procesos dentro de sus tareas. Por ejemplo, en febrero de 2024 la empresa creó MAGNA Basic, una herramienta de chatbot API multitarea que clona a ChatGPT y les permite a los periodistas interactuar con modelos de lenguaje de gran escala (LLM).

El medio optó por clonar la tecnología en vez de utilizar la misma para impedir que los proveedores de ChatGPT tuviesen acceso a sus datos y para garantizar que el medio tiene el control de los mismos.



Tecnología de ChatGPT clonada por el medio (Fuente: [¿Cómo funciona ChatGPT?](#))

Por esa misma línea, el grupo ha creado MAGNA Custom, para mayor optimización del flujo de trabajo e innovaciones futuras. Este sistema conecta MAGNA Basic a las fuentes de datos locales de las redacciones y añade un interfaz de usuario que permite a los periodistas consultar el modelo. Para ello, JP/Politikens desarrolla tres herramientas:

1. Live-blogging support: Ayuda a los periodistas a seguir tendencias y acontecimientos en directo como procesos judiciales o partidos deportivos. Cuenta con la opción de crear resúmenes en directo, clasificar los comentarios de los usuarios y ofrecer una visión general de los intereses de los lectores.

2. Asistencia en la redacción: Provee la capacidad de corregir errores ortográficos y generar borradores a partir de datos básicos.

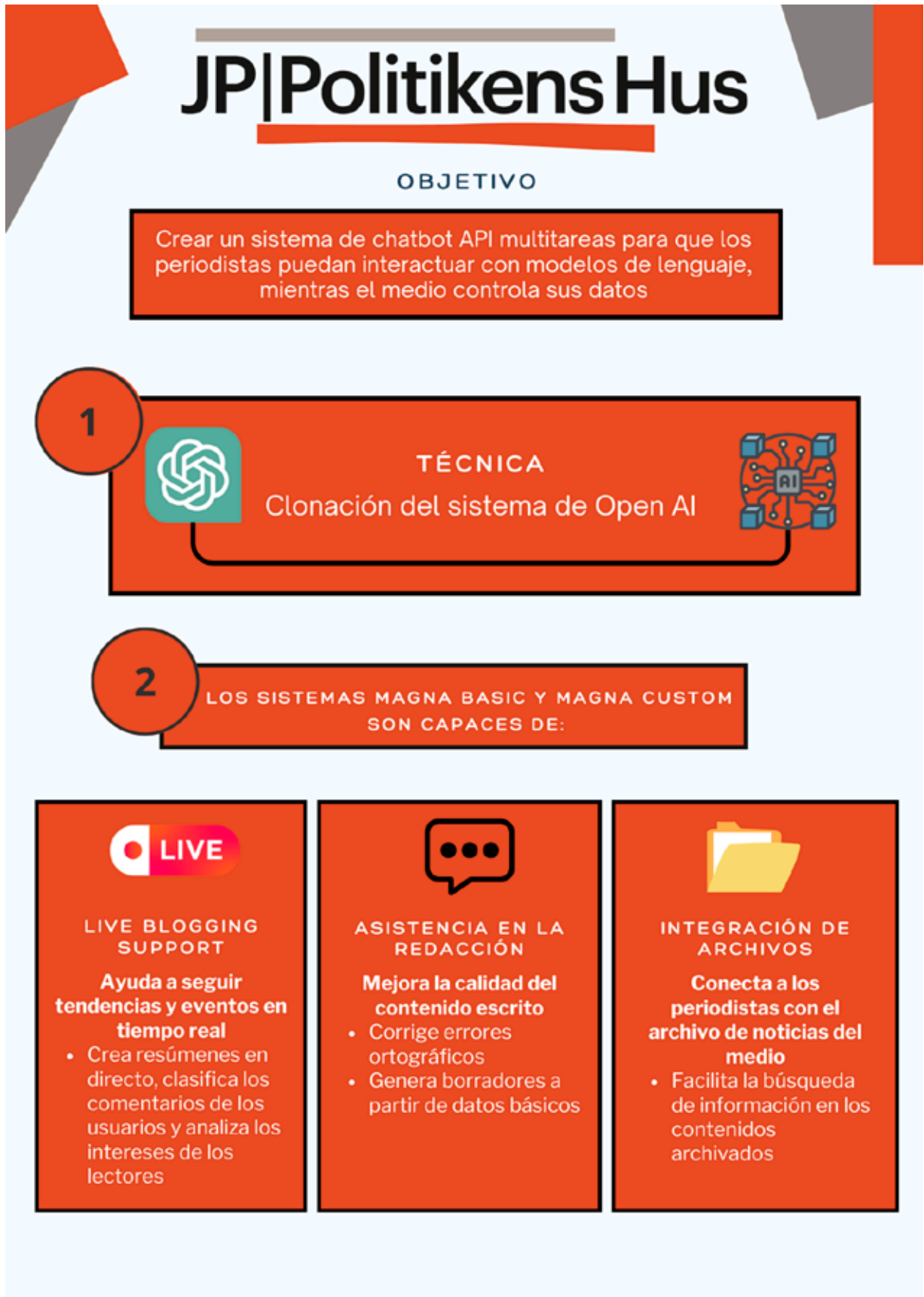
3. Integración de archivos: Conecta las redacciones con los archivos de noticias, lo que les facilita a los periodistas la búsqueda de información de contenidos archivados.



Ejemplos de tecnología (Fuente: [Cómo JP/Politikens aprovechó los primeros conocimientos de IA para crear productos de noticias centralizados](#))

Hasta el momento, el equipo aun trabaja en perfeccionar la herramienta, y proyectan fusionar las dos interfaces MAGNA para enriquecer su cobertura de noticias.

Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

THE WASHINGTON POST



NOMBRE DEL MEDIO

The Washington Post

LINK

www.washingtonpost.com

PAÍS

Estados Unidos

AÑO DE FUNDACIÓN

1877

The Washington Post es uno de los periódicos más influyentes de Estados Unidos, reconocido por su cobertura en política, cultura, economía, tecnología y asuntos internacionales.

A lo largo de su historia, el medio ha sido clave en reportajes de gran impacto como, por ejemplo, la cobertura del escándalo de Watergate en los años 70, que terminó con la dimisión del entonces presidente de los Estados Unidos Richard Nixon. Esto consolidó al periódico como un medio referente en el periodismo estadounidense y a nivel global.

The Washington Post cuenta con una versión impresa, además de sus plataformas digitales. En los últimos años, el medio ha adaptado su modelo de negocio a los cambios tecnológicos. Entre sus adaptaciones destaca la incursión en la IA, especialmente para temas climáticos.

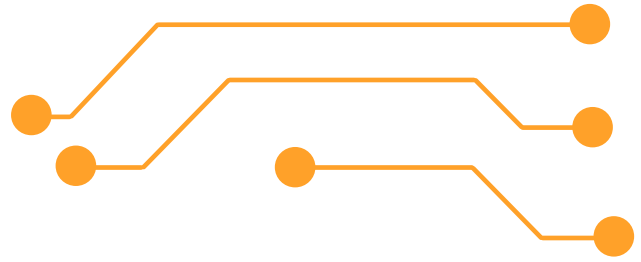
Similar a la iniciativa del Financial Times, el periódico lanzó un chatbot que utiliza IA para responder preguntas sobre temas climáticos de contenido ya archivado del medio desde 2016 en las secciones de Clima, Medio Ambiente y Meteorología.



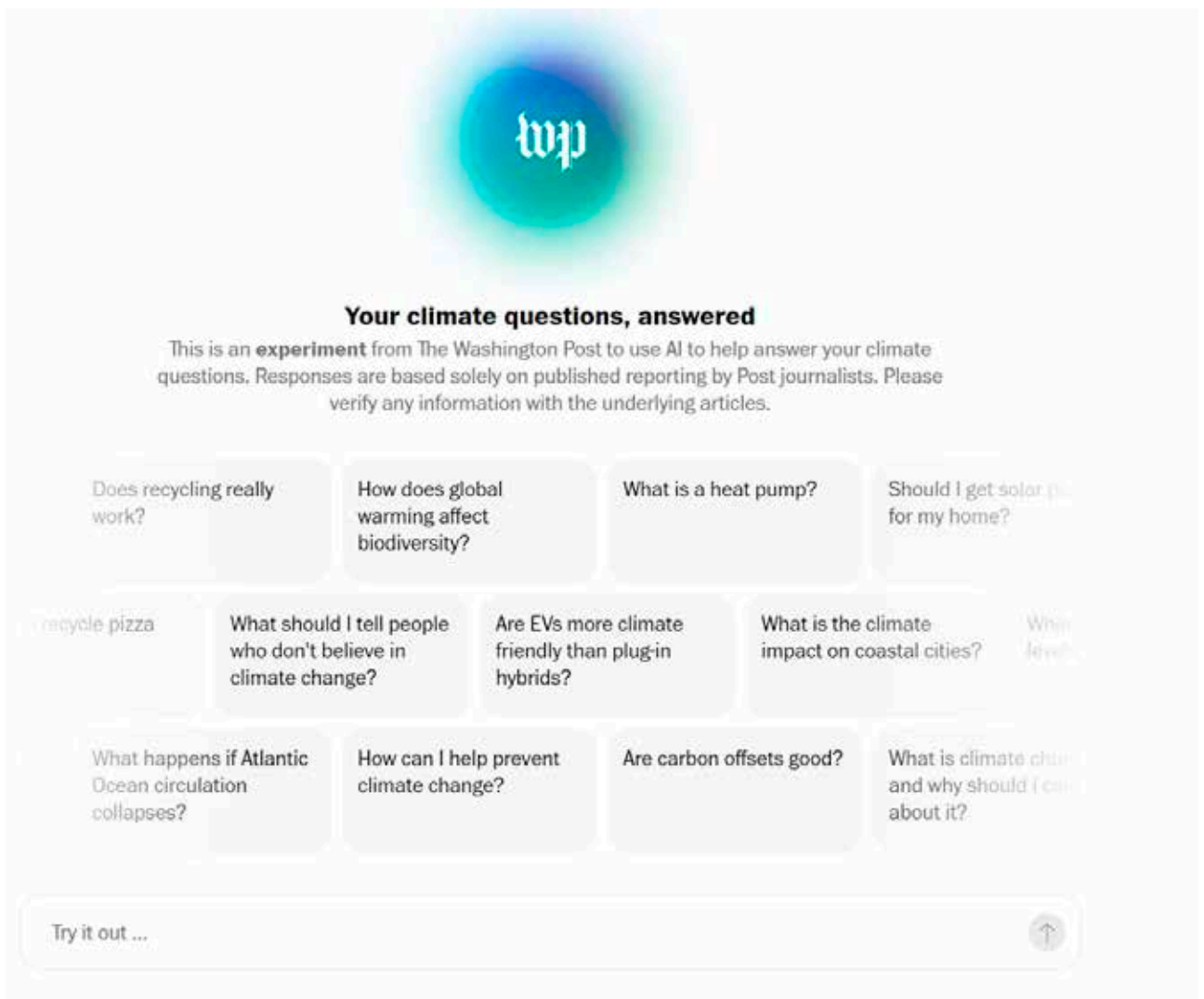
Herramienta creada por The Washington Post (Fuente: *The Washington Post launches "Climate Answers"*)



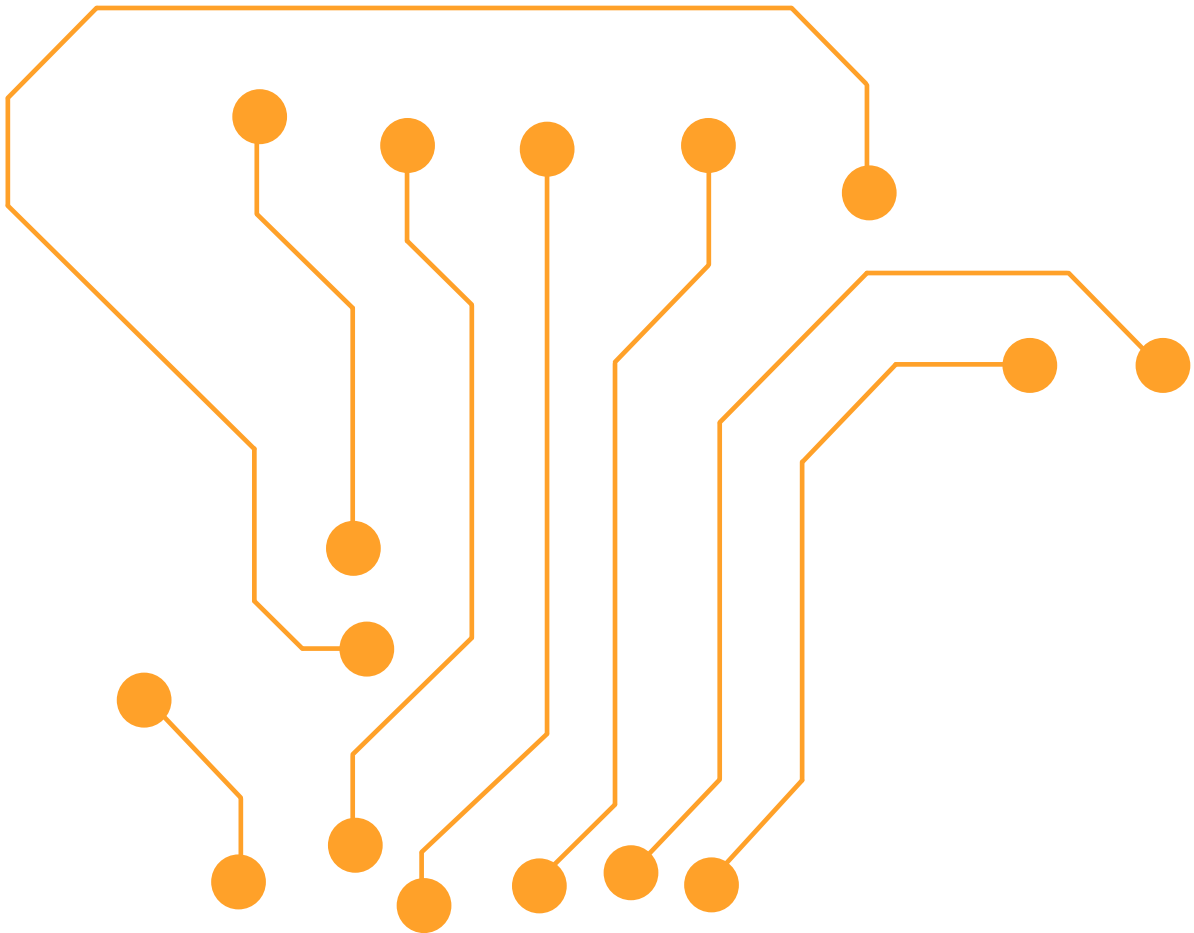
Uso de inteligencia artificial



Climate Answers, el chatbot creado por The Washington Post, utiliza LLM para generar respuestas basadas en artículos encontrados del medio, abarcando los últimos ocho años de reportajes y artículos sobre temas de medioambiente y clima.



Herramienta Climate Answers (Fuente: [The Washington Post lanza un chatbot para responder preguntas sobre el clima](#))



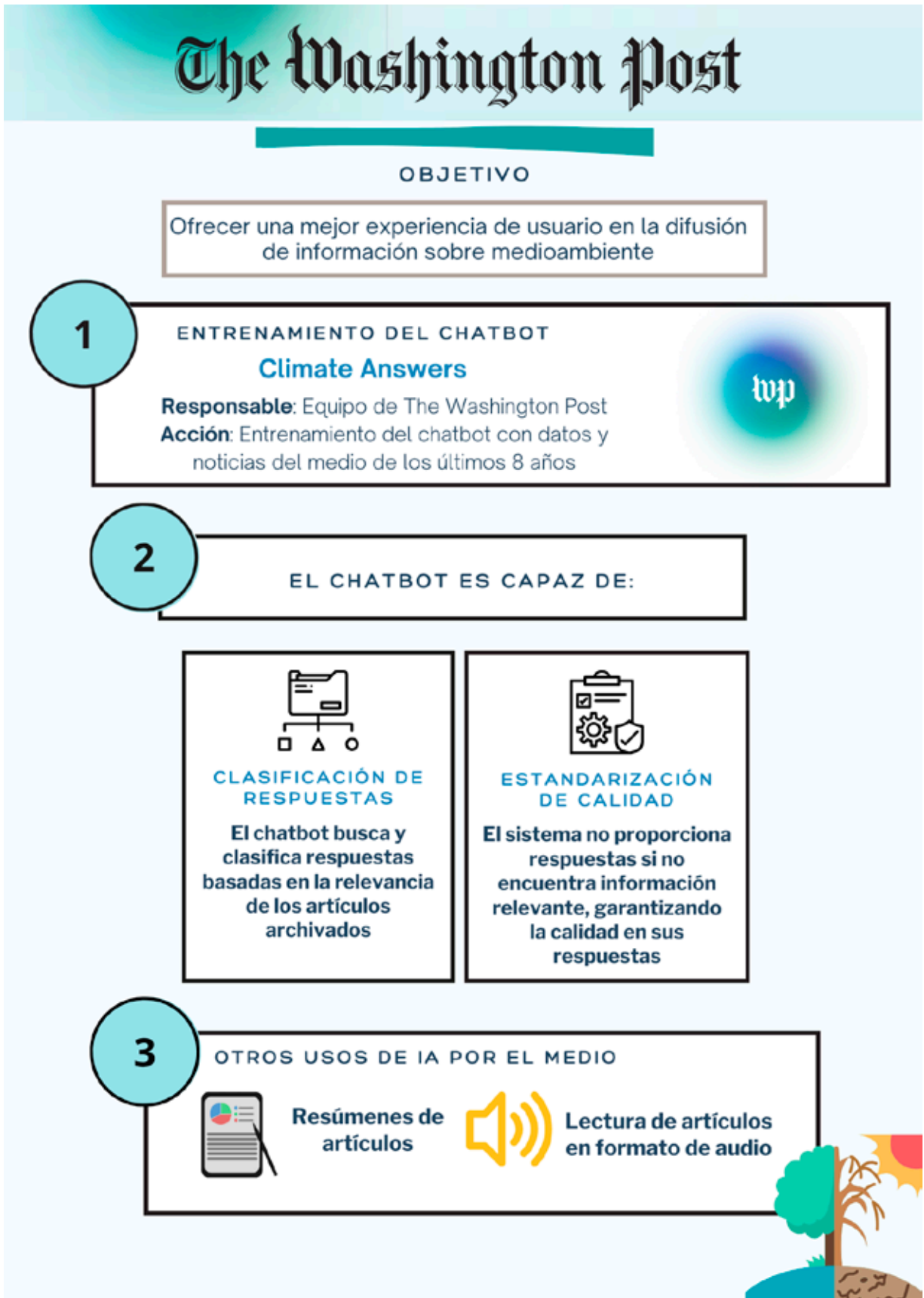
La herramienta surge ante la necesidad, reconocida por el medio, de contestar las preguntas que puedan tener los lectores sobre temas medioambientales, que en ocasiones no resultan fáciles de comprender.

Al buscar en la información archivada, el chatbot clasifica las respuestas y resultados según su relevancia. Sin embargo, si el sistema no encuentra un artículo relevante a la consulta, no proporciona una respuesta para mantener un estándar de calidad en las respuestas ofrecidas. Hasta el momento, la iniciativa se encuentra en fases experimentales, por lo que en ocasiones puede no entender las preguntas o proporcionar una respuesta de valor.

Además de Climate Answers, The Washington Post hace uso de otras funcionalidades de IA, como resúmenes de artículos y boletines de audio leídos con IA. Estas iniciativas forman parte de Build It, un proyecto en el que el periódico busca integrar IA en áreas clave de su trabajo.



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

HENNEO



NOMBRE DEL MEDIO

Henneo

LINK

www.henneo.com

PAÍS

España

AÑO DE FUNDACIÓN

1895

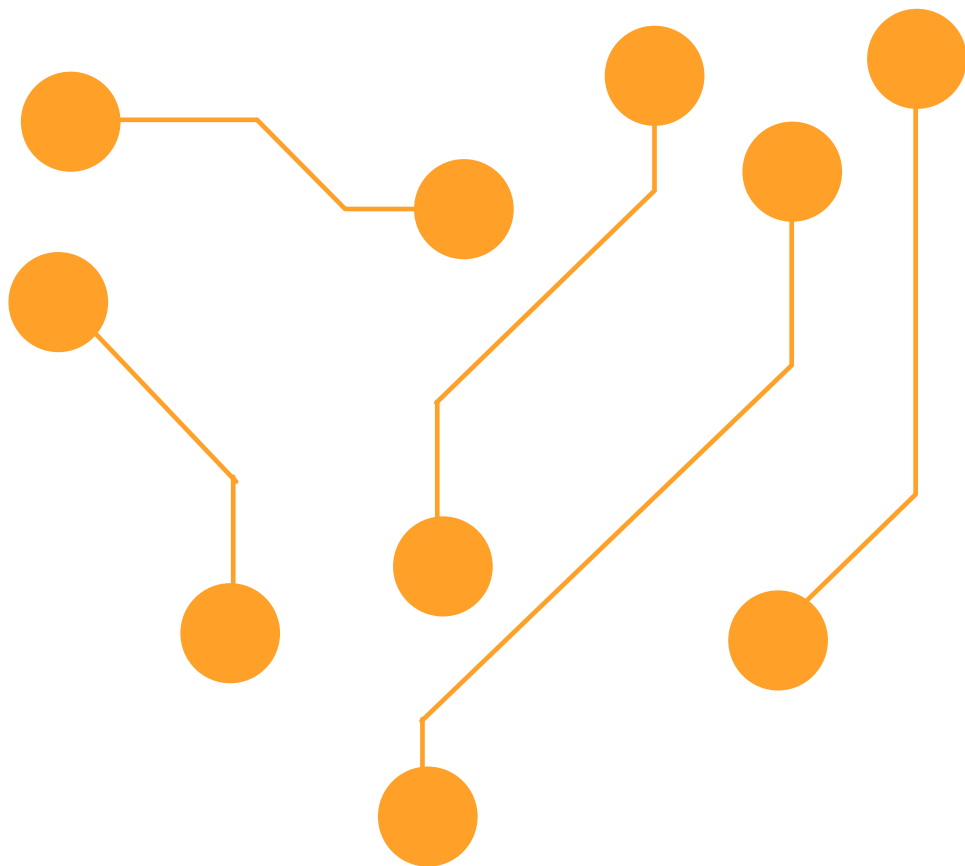
El grupo **Henneo** es una de las principales corporaciones de medios de comunicación, tecnología y producción audiovisual de España. La empresa evolucionó hasta posicionarse como un actor relevante en el panorama informativo estatal, contando con una amplia oferta de medios de comunicación que abarcan diversos sectores, incluyendo prensa escrita, televisión, radio y plataformas digitales.

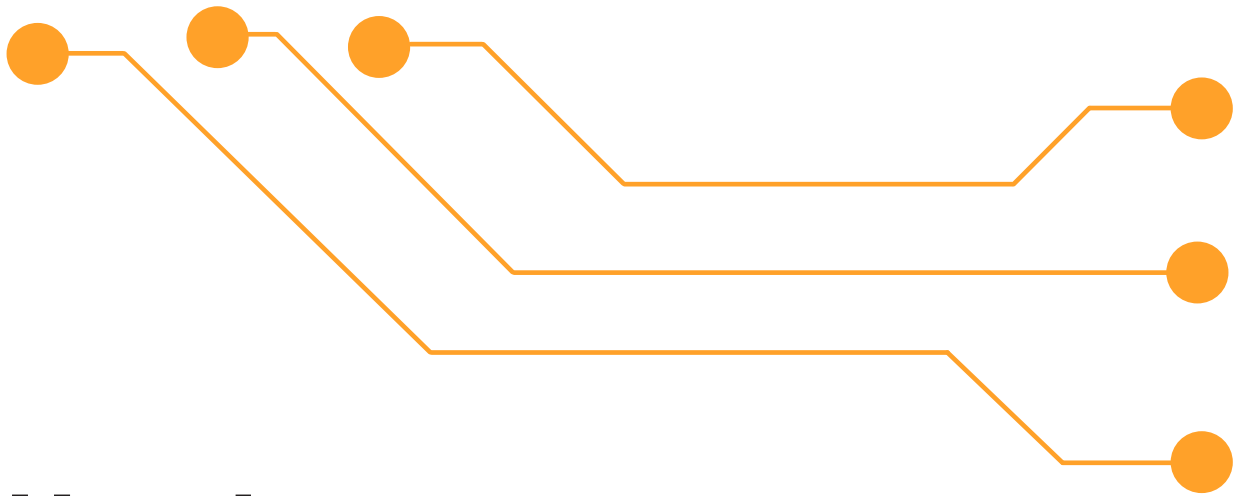
Entre sus activos más conocidos está el Heraldo de Aragón, uno de los periódicos regionales más influyentes en España, además de una serie de medios digitales y proyectos que destacan por su apuesta por la innovación. A lo largo de los años, Henneo ha consolidado su modelo de negocio al combinar contenidos de calidad con innovación tecnológica y presencia en el mundo digital para adaptarse a los cambios de la industria.

En 2012, el grupo creó Hiberus, un grupo empresarial del sector de las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC) en España. Esto permitió que la empresa consolidara alianzas con más de 40 medios de comunicación para acelerar la transformación digital en el periodismo.

En 2023, Henneo, con el apoyo de Google News Initiative (GNI), desarrolló una iniciativa llamada **Henneo AI 360 2023** con el objetivo de aprovechar la IA, en particular las herramientas generativas, para aumentar la eficiencia, atraer nuevas audiencias y retener las existentes, y liberar a los periodistas para que puedan enfocarse en la investigación, la verificación y la narración significativa.

La empresa estableció un grupo de trabajo de 30 expertos enfocados en IA para supervisar e investigar las estrategias de inclusión de estas tecnologías. Entre las propuestas, los proyectos incluyeron el análisis de datos, la mejora en la personalización de publicidad y el ajuste de los contenidos creativos a formatos publicitarios.





Uso de inteligencia artificial



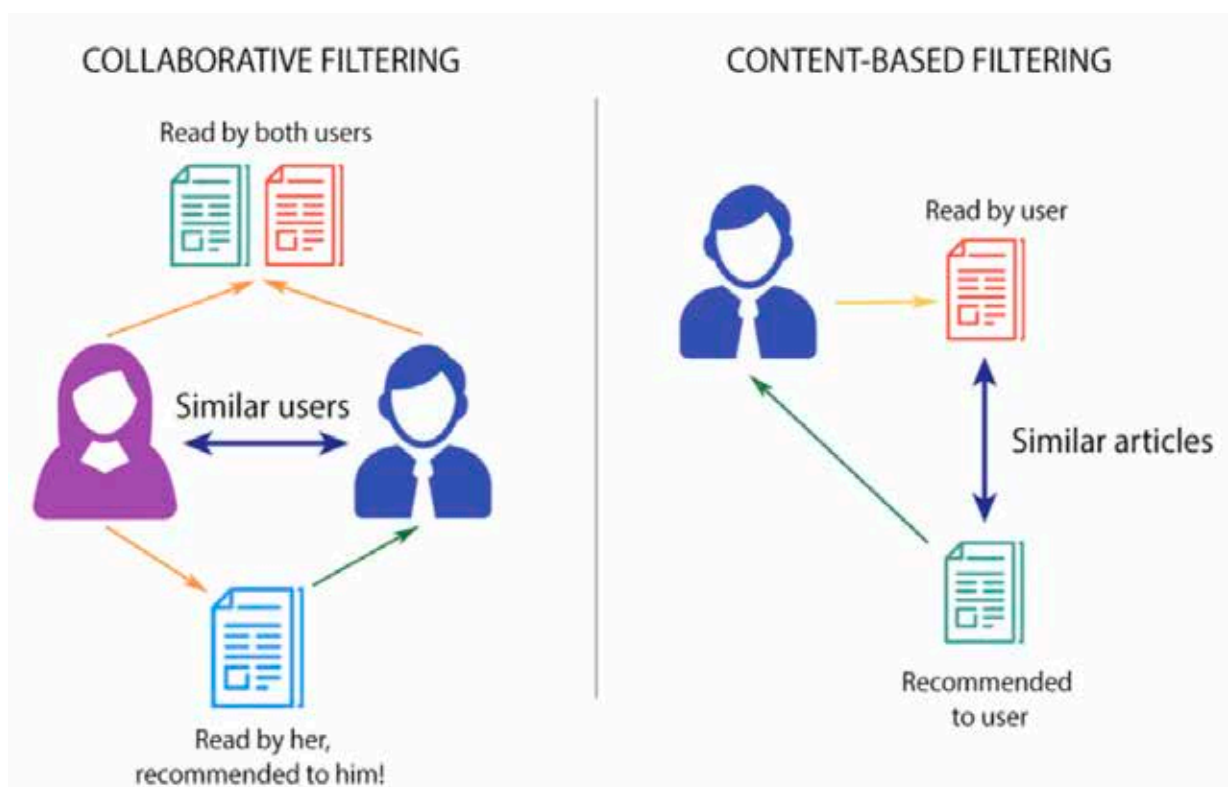
Hiberus Tecnología ayudó a Henneo a impulsar proyectos de mejora en la experiencia de sus usuarios para incrementar sus visitas en los contenidos web, que conforman el producto principal de su modelo de negocio. Para lograrlo, el grupo tecnológico creó una herramienta de IA para la recomendación de noticias gracias a datos obtenidos del impacto diario que generan y que se recopila con una arquitectura de big data.

Para lograr la incorporación de IA en el grupo mediático, el proyecto pasó por cinco fases previas que permitieron delinear los métodos, herramientas y principios éticos adecuados. Primeramente, el equipo de trabajo realizó una investigación científica para estudiar y analizar el estado de la cuestión sobre aplicaciones de machine learning que se enfoquen en la recomendación de contenidos. Además, estudiaron la utilidad y la rapidez de diferentes algoritmos para encontrar aquellos con mayor probabilidad de éxito.

A partir de la cuestión hipotética “¿Puede un usuario, que lee un artículo en un momento dado, estar más interesado en ese momento de leer otros artículos de la misma temática?”, el equipo buscó un algoritmo para aumentar la visita en artículos nuevos poco visitados, o antiguos que no obtuvieron visitas en su momento.

Para eso, la IA debía ser alimentada con noticias para traducir los textos a un lenguaje matemático y, con eso, detectar los artículos con temáticas similares y poder recomendarlos.

Para la parte arquitectónica, los expertos exploraron diferentes algoritmos y librerías en Python, para evaluar aquellas que estuviesen mejor alineadas con los objetivos de Henneo. Optaron por **Gensim**, una biblioteca de Python para modelos de temas, indexación de documentos y recopilación de similitudes de grandes corpus.



Algoritmo recomendador (Fuente: *Caso de éxito: Henneo, inteligencia artificial aplicada a la recomendación de noticias*)

A partir del prototipo inicial, el equipo continuó maximizando y mejorando la herramienta con experimentos internos. Se probaron aspectos como la velocidad de ejecución y su conexión con APIs, bases de datos y el servidor que presenta las recomendaciones en la web. Además, el algoritmo se adaptó para procesar los datos en la nube y devolver las recomendaciones en el formato adecuado.



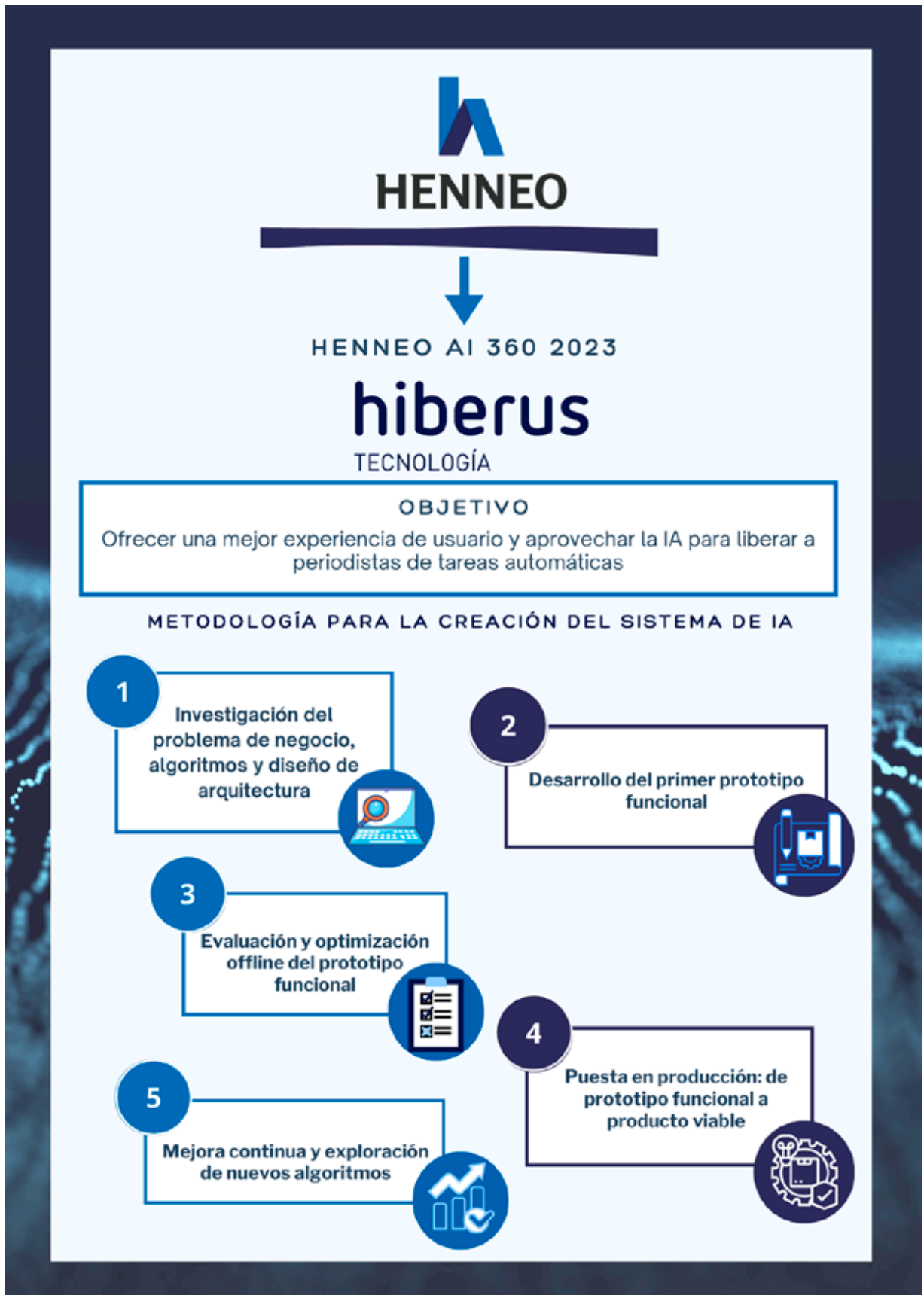
Imagen 23. Ejemplo de recomendación de noticias. Fuente: *Caso de éxito: Henneo, inteligencia artificial aplicada a la recomendación de noticias*

El algoritmo se integra con la arquitectura cuando se tiene listo y empaquetado en una librería propia. Se prueban aspectos como la velocidad de ejecución y su conexión con APIs, bases de datos y el servidor que presenta las recomendaciones en la web. Además, se adapta el algoritmo para procesar datos en la nube y devolver las recomendaciones en el formato adecuado. Esto requiere trabajo de “Data engineering” y “AI engineering” para poner el algoritmo en producción. Una vez listo, se lanza para ver cómo reaccionan los usuarios.

Otros usos que Henneo hace de la IA es en la recomendación de títulos y metadescripciones para sus contenidos, multiplicando las visitas y tiempo de lectura de los usuarios. Además, esto ha permitido ahorrarles a los periodistas tareas automáticas para enfocar su trabajo en labores más dirigidas a la investigación y calidad informativa.



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

GRUPO OCTUBRE



NOMBRE DEL MEDIO

Grupo Octubre

LINK

octubre.com

PAÍS

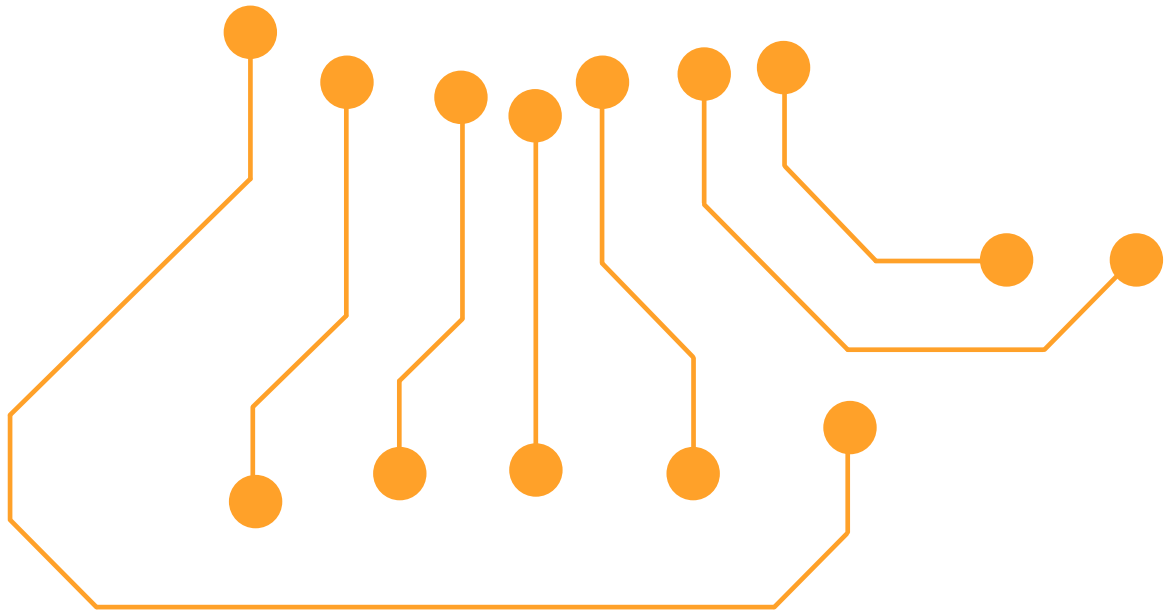
Argentina

AÑO DE FUNDACIÓN

2006

Grupo Octubre es una empresa de comunicación sin ánimo de lucro que agrupa diversos medios de Argentina y constituye un ámbito que desarrolla y promueve diversos emprendimientos culturales, educativos, solidarios y comunicacionales a través de la Fundación Octubre Trabajadores de Edificios.

Según su propio sitio, su enfoque se centra en promover la comunicación y la información con una perspectiva política y social progresista. A través de diversos medios de comunicación, como revistas, canales de televisión y radio y plataformas digitales, el Grupo Octubre brinda una alternativa a los conglomerados mediáticos.



En 2021, la organización recibió el apoyo económico del Desafío de Innovación de Google News Initiative (GNI) en América Latina para desarrollar su proyecto **Visión Latina**. El GNI desarrolla un programa global que permite a las organizaciones de noticias alrededor del mundo demostrar nuevas ideas en el periodismo digital. En la región de América Latina, se seleccionan propuestas que tengan impacto, transformación, innovación y un enfoque diverso, equitativo e inclusivo.



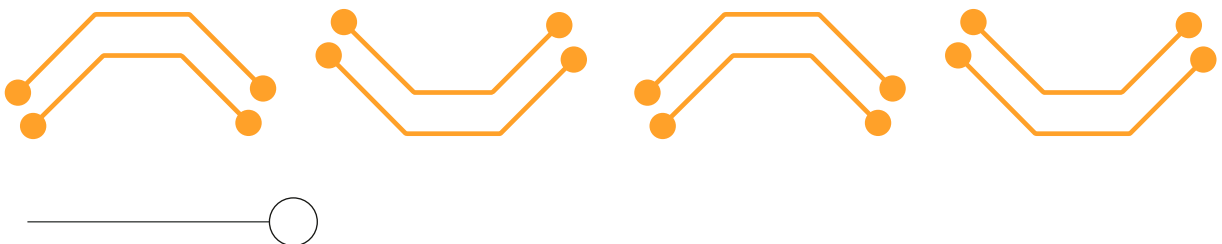
Grupo Octubre (Fuente: octubre.com/#sobrenosotros)

El programa Visión Latina es un proyecto cuyo objetivo era lograr mayor eficiencia en la gestión de archivos audiovisuales de los medios de comunicación a través de tecnología. Visión Latina facilita la identificación de entidades relevantes para el entorno latino y el etiquetado de piezas audiovisuales en idioma español a través de la automatización de procesos con técnicas de IA.



Imagen 26. Página web Visión Latina (Fuente: visionlatina.media)

En el proceso de creación de la herramienta de IA, el equipo de Visión Latina concluyó cosas puntuales sobre la IA aplicada en el periodismo. Entre ellas, que se necesitan más sistemas de IA latinoamericanas, pues la mayoría de estas son entrenadas en inglés y con personajes del mundo anglosajón. Además, las herramientas actualmente creadas no son específicas para propósitos periodísticos, por lo que sería positivo repensar en sistemas focalizados en medios de comunicación y que sus funciones vayan acordes a ello, como en las habilidades técnicas, el idioma, el uso, etc. Por último, el equipo destacó que, aunque se pueden automatizar tareas, nada es posible sin la mano humana.



Uso de inteligencia artificial



Visión Latina automatiza una parte del proceso de clasificación del material audiovisual que se produce en Grupo Octubre. La herramienta funciona de tal manera para que cada vez que un fotógrafo, periodista o productor de contenido guarde una foto o vídeo en el archivo, no cargue de forma manual toda la información que acompaña al recurso, sino que se generan los datos de forma automática sobre quiénes son, cuál es el contexto del contenido y cuándo fue creado.



Herramienta IA (Fuente: visionlatina.media)

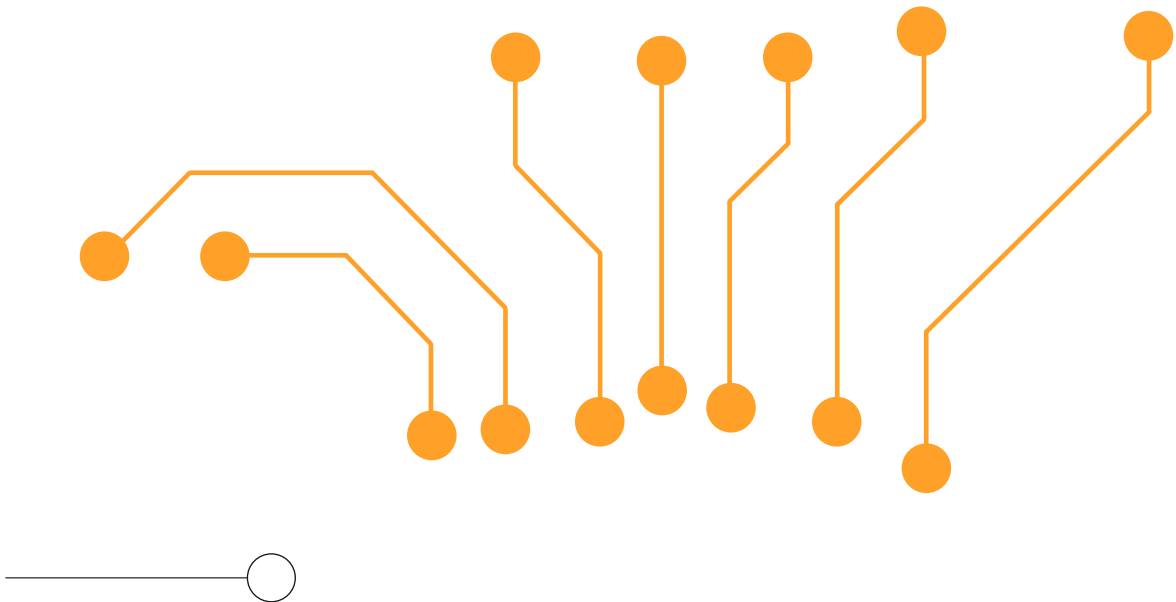
Para desarrollar esta herramienta, el equipo partió del problema de que en el archivo de Grupo Octubre tenían contenido audiovisual desde 1960 sin catalogar. Añadido a eso, la producción diaria de sus canales de televisión, con 32 horas en vivo por día, y el archivo fotográfico de 1987 hasta el presente. Se dieron cuenta que, aunque existían herramientas de IA para automatizar la gestión de imágenes, estas no estaban entrenadas o adaptadas para medios latinoamericanos.



Ejemplo de herramienta (Fuente: [Cómo creamos Visión Latina, una herramienta de Inteligencia Artificial pensada para medios latinoamericanos](#))

Por eso, el equipo de Visión Latina creó una base de datos con las principales figuras de la política y cultura latinoamericana. Para ello, entrenaron a un sistema de IA que cataloga de forma automática a las figuras que aparecen en las fotos y vídeos.

Además de crear una solución para Grupo Octubre, el proyecto quiso ampliar su alcance y ofrecer esta solución a otros medios y otros países. La herramienta está disponible para que otros medios de Latinoamérica puedan subir hasta 30 minutos de vídeo, y la IA les devuelve los metadatos principales, como quiénes aparecen en el vídeo, tags automáticos y la transcripción del audio.



Esquema de trabajo



OBJETIVO

Lograr mayor eficiencia en la gestión de archivos audiovisuales de los medios de comunicación



HERRAMIENTA

Facilita la identificación de entidades relevantes en el entorno latino y el etiquetado de piezas audiovisuales

CÓMO FUNCIONA



1 El equipo crea una base de datos con las principales figuras políticas y cultura latinoamericana



2 Los fotógrafos, periodistas o productores de contenido guardan una foto o vídeo en el archivo



3 La herramienta genera los datos de forma automática sobre quiénes son los personajes, cuál es el contexto y cuándo fue creado

(Fuente: Elaboración propia, 2025)

YLEISRADIO



NOMBRE DEL MEDIO

Yle

LINK

yle.fi

PAÍS

Finlandia

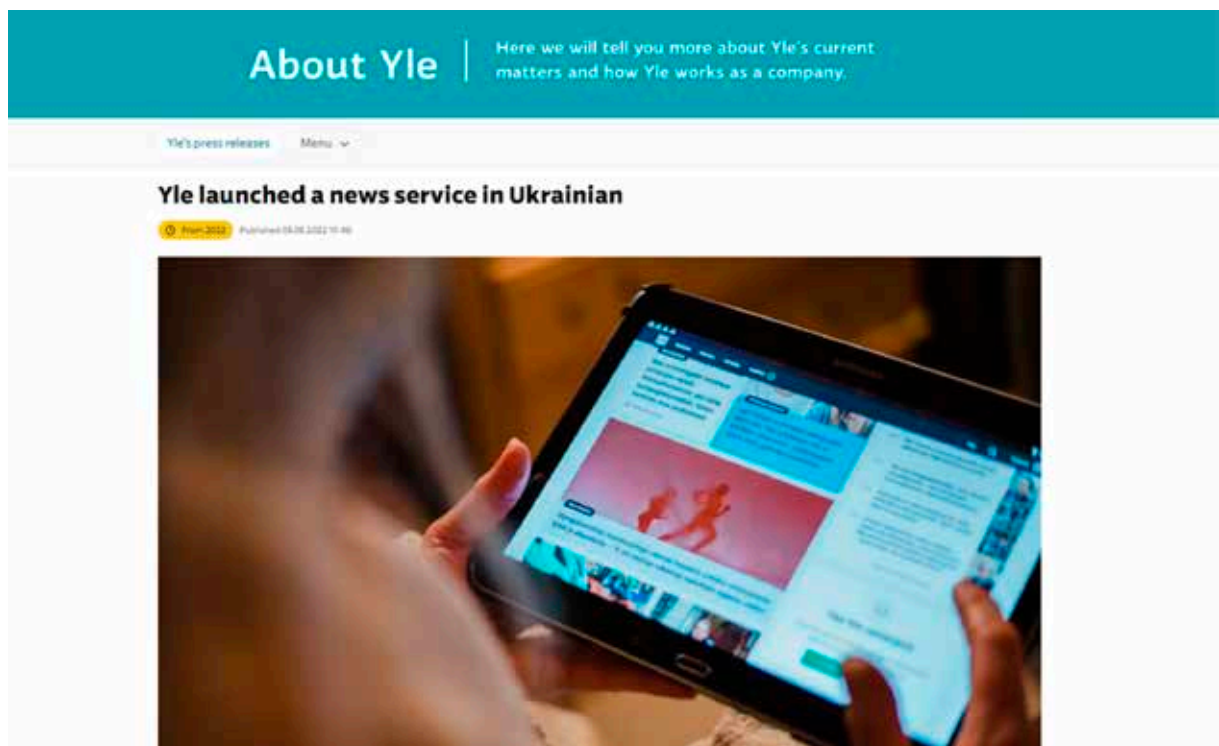
AÑO DE FUNDACIÓN

1926

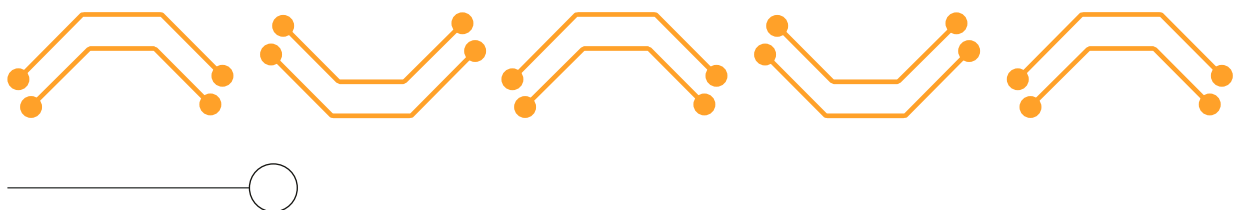
Yleisradio, más conocida por la abreviatura Yle, es la principal compañía pública finlandesa de radio y televisión. Yle opera múltiples canales de televisión, estaciones de radio y plataformas digitales, ofreciendo contenidos en finés, sueco, inglés y ruso. Como servicio público, Yle proporciona información que refleja la pluralidad de la sociedad finlandesa, promoviendo la cultura y la educación con imparcialidad.

La empresa apuesta por la innovación al incorporar sistemas de IA para maximizar su labor periodística y llegar mejor a su audiencia. En 2022, el medio se dio cuenta que, a partir de la guerra entre Rusia y Ucrania, decenas de miles de ucranianos se habían desplazado hacia Finlandia.

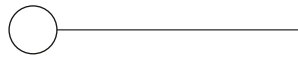
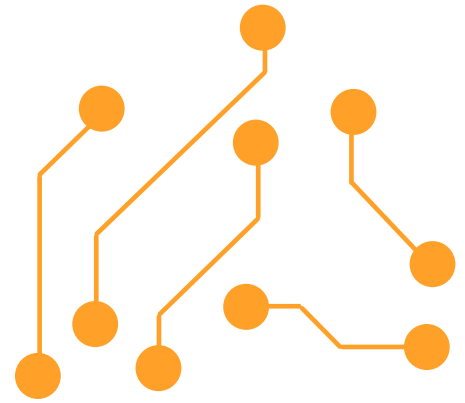
Esto puso de manifiesto la necesidad de ofrecer los contenidos en su idioma, como lo hacían con el sueco, inglés y ruso. Sin embargo, no sería fácil encontrar periodistas finlandeses que dominaran el idioma, por lo que optaron por un software de traducción entrenado con IA. Esta decisión va acorde con sus principios de uso responsable de IA para cumplir mejor su misión de servicio público y garantizar que todas las audiencias tengan las mismas oportunidades de acceso al contenido de Yle. De esta forma, Yle genera noticias en ucraniano de una forma más rápida y sencilla, que beneficia tanto al medio como a los usuarios.



Yle lanzó versión en ucraniano en 2022 (Fuente: [Yle launched a news service in Ukrainian](#))



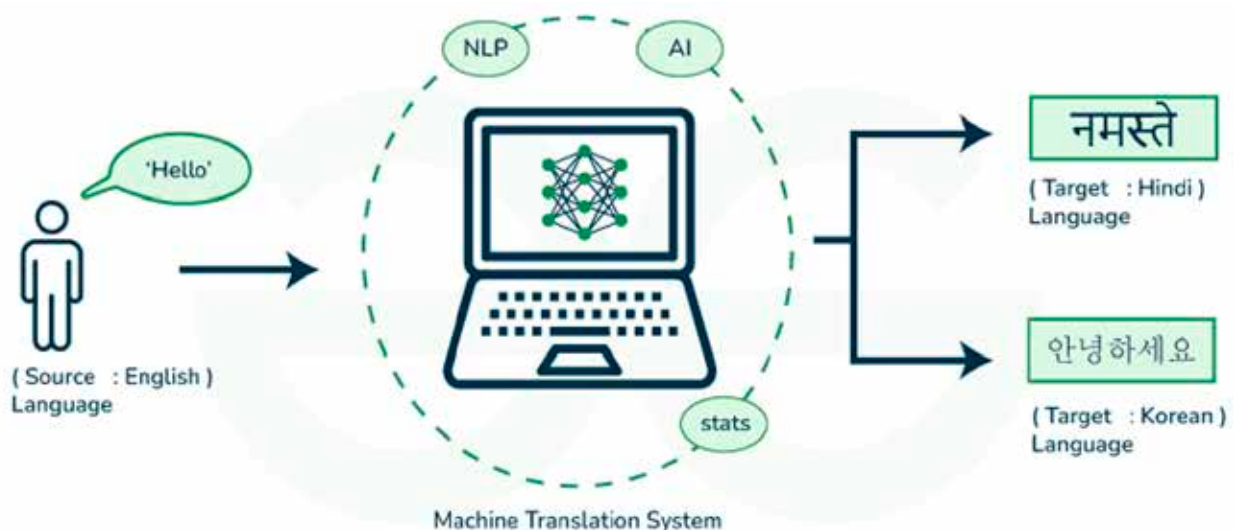
Uso de inteligencia artificial



El equipo construyó una herramienta de IA que filtra las historias por cuatro tipos de software para traducirlas. Esto permite que aquellos periodistas que dominan el finés y el ucraniano revisen la traducción para garantizar que está correcta previo a publicar la información.

La traducción automática utilizando el procesamiento del lenguaje natural (PLN) produce traducciones que no solo sean correctas gramaticalmente, sino que también transmitan con precisión el significado del contenido original.

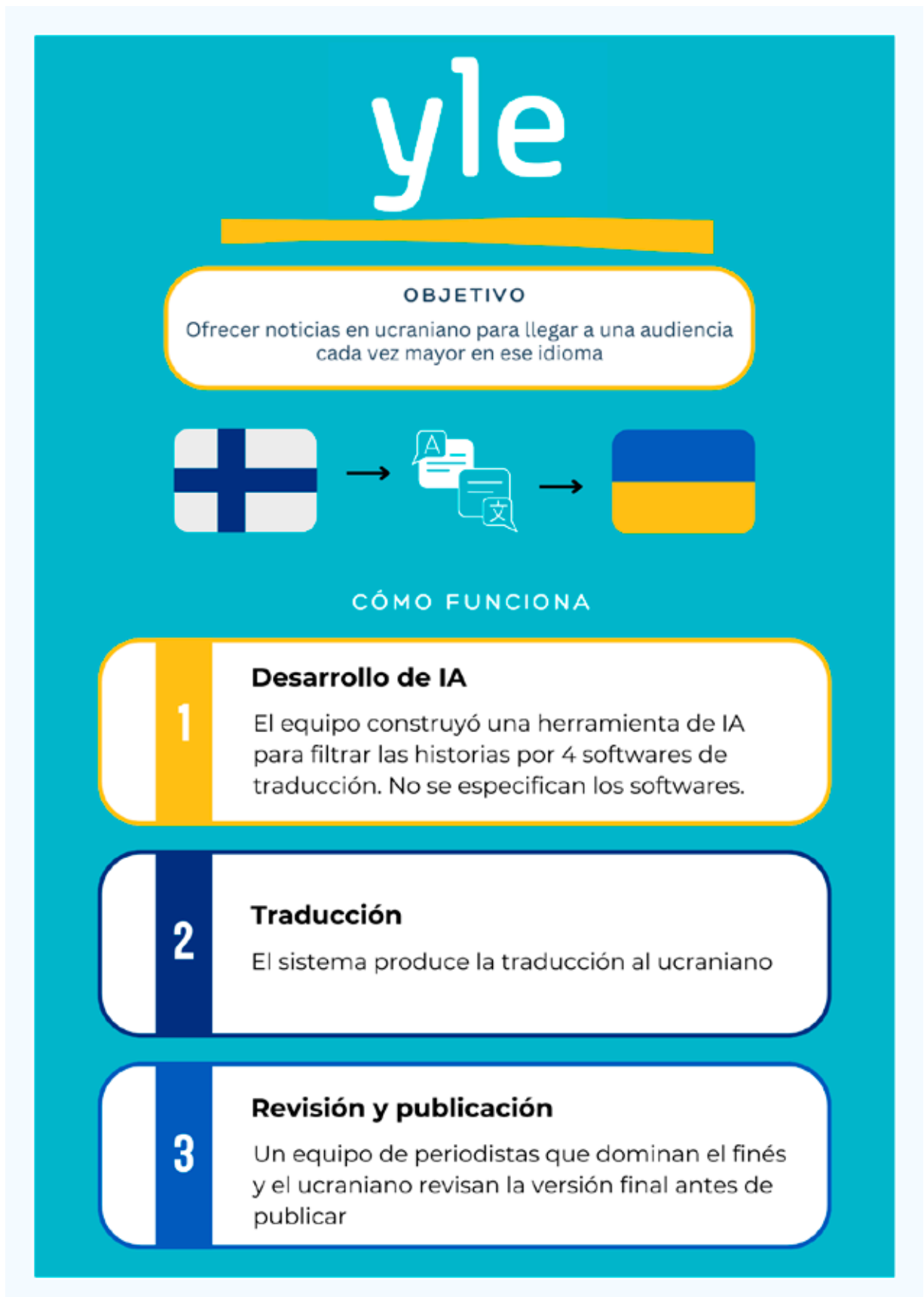
Los softwares alinean palabras, grupos de palabras y frases de textos paralelos para calcular las probabilidades de correspondencia entre palabra de una lengua y otra en textos paralelos. A partir de ahí, el sistema escoge la opción más utilizada. Esta iniciativa le permite al medio publicar historias en ucraniano a un ritmo que sería imposible sin la ayuda de IA.



Modelo de traducción automática (Fuente: www.geeksforgeeks.org/machine-translation-of-languages-in-artificial-intelligence)



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

LE MONDE

Le Monde

NOMBRE DEL MEDIO

Le Monde

LINK

www.lemonde.fr

PAÍS

Francia

AÑO DE FUNDACIÓN

1944

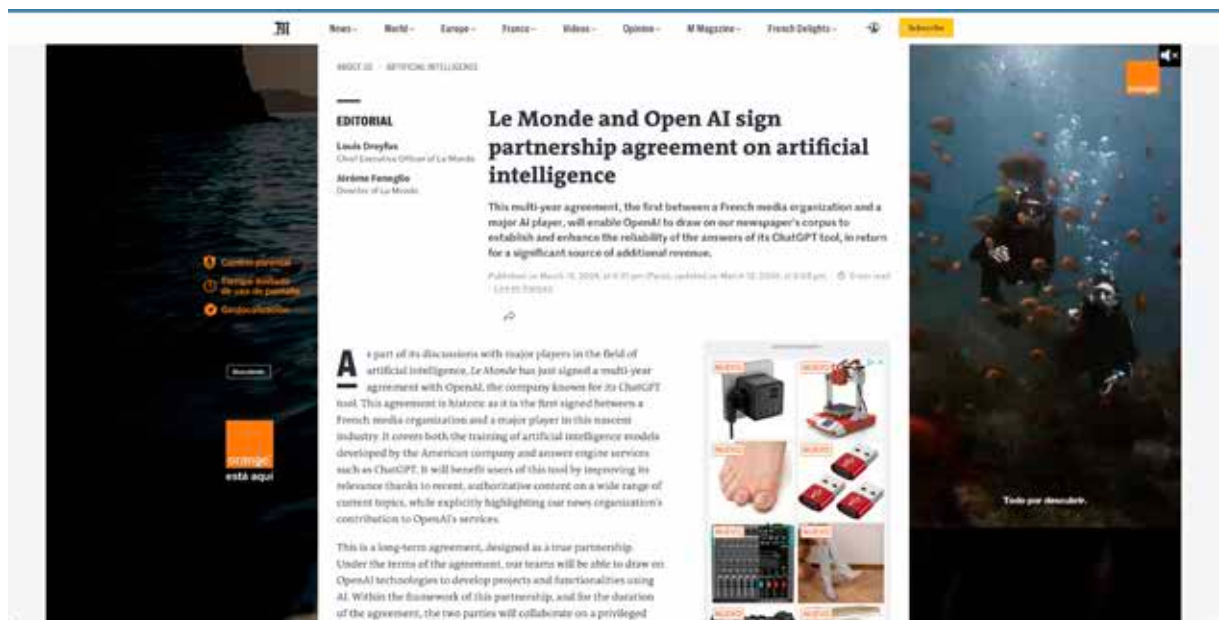
Le Monde es un periódico influyente en Francia, destacado por su cobertura en información política, social y cultural tanto en el ámbito nacional como internacional. A lo largo de su historia, ha sido un referente del periodismo de calidad, manteniendo su compromiso con la independencia editorial y el pluralismo informativo.

El medio apuesta a diario por las tendencias tecnológicas que dominan el panorama mediático. Por eso, han recurrido al uso de IA en algunas de sus tareas para mantenerse a la vanguardia.

Entre los usos principales, Le Monde utiliza técnicas de traducción automatizada para ofrecer contenidos en inglés. Esta decisión surgió cuando uno de sus periodistas propuso escribir una serie de artículos de las elecciones en Francia de 2022 en inglés. Teniendo en cuenta las habilidades de la IA, el medio optó por lanzar un boletín con entre 10 y 15 de las 100 noticias que el periódico publicaba a diario traducidas al inglés.

Finalmente, al ver los resultados que ofrecía la tecnología, Le Monde diseñó una edición completa en inglés. La versión en inglés ofrece 40 artículos de lunes a viernes y 30 diarios los fines de semana.

Otro de los esfuerzos de Le Monde por la IA fue su reciente acuerdo pluri-anual con OpenAI, empresa fundadora de ChatGPT, para beneficiar el entrenamiento de los modelos del sistema gracias a los contenidos del medio, mientras que el medio aprovecha las tecnologías de OpenAI para desarrollar proyectos y funcionalidades que utilicen IA.



Noticia sobre acuerdo entre Le Monde y OpenAI (Fuente: [Le Monde and Open AI sign partnership agreement on artificial intelligence](#))



Uso de inteligencia artificial

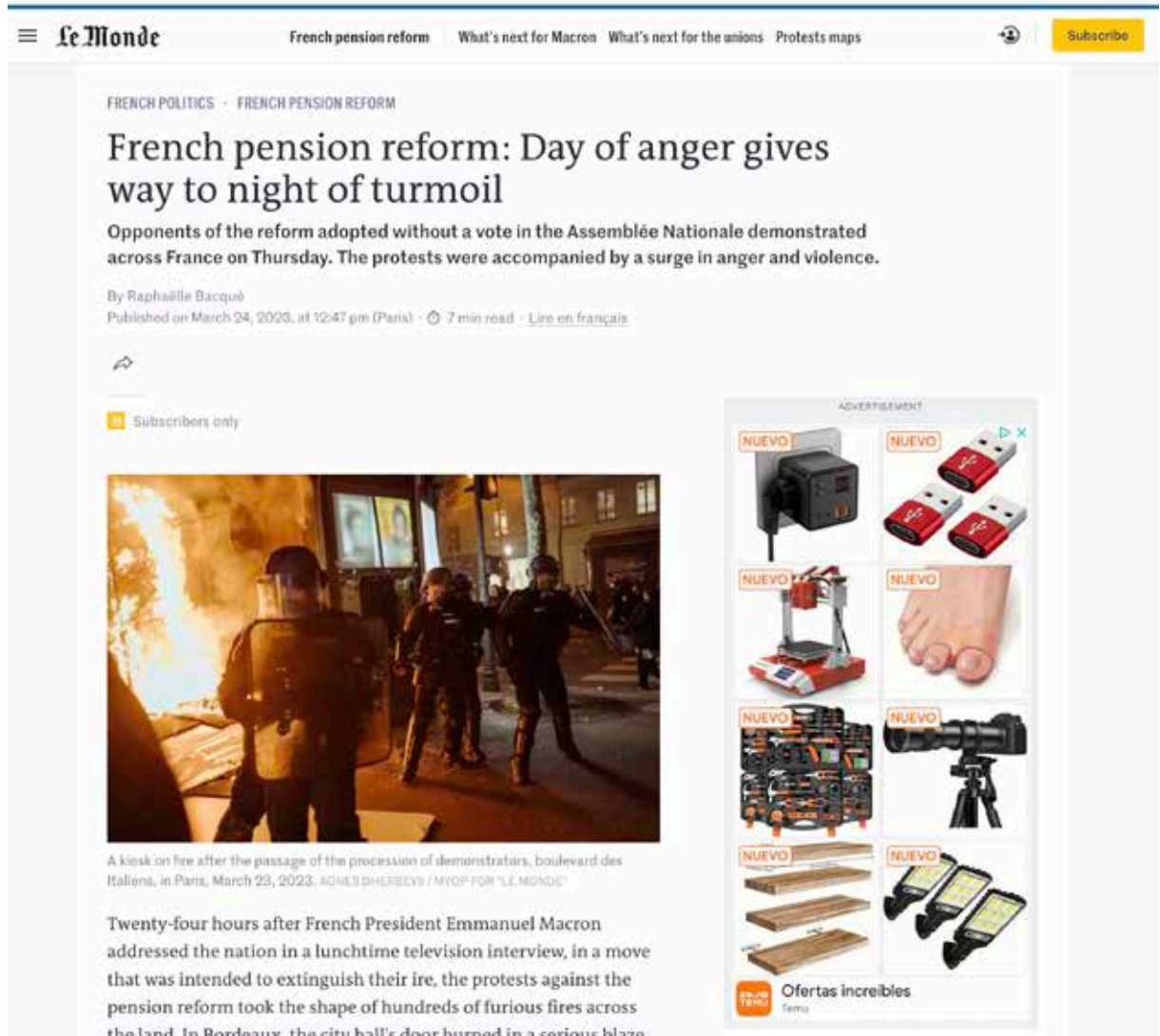


Para el formato en inglés, Le Monde toma varias medidas para garantizar que las traducciones sean precisas, manteniendo el contexto cultural y preservando el estilo editorial del medio. La tarea de traducción adquiere matices destacados en un país que valora tanto su lengua y tiene un estilo particular de periodismo.

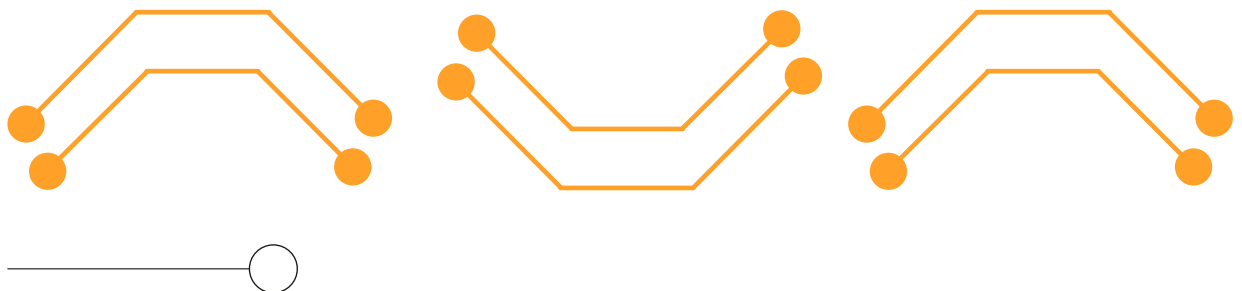
Le Monde está asociado con dos empresas especializadas en traducción de textos en inglés para realizar las traducciones. Cuando Translation Services, una de las empresas colaboradoras, recibe los artículos, los traduce a través de DeepL, un programa de traducción con IA que se encarga de conectar las frases y contextos entre las palabras.

Sin embargo, la herramienta no es lo suficientemente fiable, por lo que Translation Services cuenta con editores de oficinas gubernamentales o académicos de literatura francesa que verifican la traducción en discrepancias de puntuación, diferencias culturales y descripción de municipios franceses. Tras la revisión por el equipo de traducción, la historia vuelve a ser revisada por un editor de Le Monde.

El medio cuenta con un manual de estilo para los traductores que les permite entender las diferencias y agilizar la revisión de las traducciones hechas por IA. Además, mientras más trabajan con las máquinas, el sistema reconoce mejor los problemas repetidos y puede codificar el software de modo que aprenda a traducir modismos de una forma determinada.



Ejemplo de nota traducida al inglés (Fuente: *French pension reform: Day of anger gives way to night of turmoil*)



THE NEW YORK TIMES

The New York Times

NOMBRE DEL MEDIO

The New York Times

LINK

www.nytimes.com

PAÍS

Estados Unidos

AÑO DE FUNDACIÓN

1851

The New York Times es uno de los periódicos más prestigiosos a nivel mundial. Con sede en Nueva York, el medio ha sido reconocido por su cobertura exhaustiva de noticias nacionales e internacionales, su investigación en profundidad y su influencia en la política, cultura y sociedad.

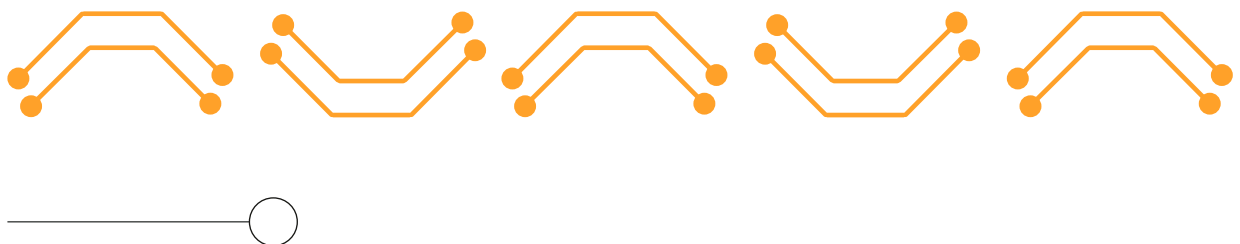
Además de su formato en impreso, The New York Times tiene un notable impacto con sus contenidos digitales que ofrece en plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales, alcanzando una audiencia global. Está considerado una de las principales fuentes de información y análisis en el mundo del periodismo.

The New York Times destaca por su apuesta a la inclusión de tecnologías para mantenerse a la vanguardia y brindar contenidos innovadores que ofrezcan a sus usuarios una experiencia diferente, por ejemplo, con recursos de realidad aumentada o virtual en sus artículos.

Como parte de estos esfuerzos, el medio ha apostado por el uso de la IA, y han explorado diferentes iniciativas para aprovechar esta tecnología en su día a día. Este año, el medio anunció la creación de un “Equipo de Iniciativas” de IA, un grupo especializado en el uso de IA para facilitar el trabajo de los periodistas y mejorar la experiencia de sus usuarios. Más allá de recurrir a la IA para usos de generación automática de contenidos, que ya hace uso de los mismos, el medio también encontró un aliado en esta tecnología para llevar a cabo investigaciones importantes.

En el artículo [“Inside the Movement Behind Trump’s Election Lies”](#), investigó cómo la “Election Integrity Network”, una coalición dedicada a garantizar la legalidad de los votos estadounidenses, se coordinó con el Comité Nacional Republicano controlado por Donald Trump. El reportaje analiza grabaciones en las que miembros del grupo expresan preocupaciones por manipulaciones de “la izquierda”, hablan de estrategias para poner a los demócratas a la defensiva y animan a seguidores a colaborar en operaciones republicanas.

Para esta labor, The New York Times tenía que analizar cientos de horas de las conversaciones telemáticas, documentos y materiales de formación de la “Election Integrity Network” y del Comité Republicano durante los últimos tres años. Por eso, optaron por utilizar IA para facilitar la labor de investigación y acelerar los procesos que podían ser más automáticos.






Uso de inteligencia artificial



Para poder desarrollar la investigación con apoyo de la IA, el primer paso que llevó a cabo el equipo de periodistas fue utilizar herramientas automatizadas para transcribir 400 horas de vídeo. A partir de las transcripciones, el grupo tenía que analizar y extraer información de las transcripciones para obtener datos sobre lo que investigaban. Para eso, emplearon varios modelos de lenguaje de gran escala (LLM) que les permitieron buscar temas de interés, identificar participantes clave y detectar patrones en las conversaciones.

The New York Times adoptó un enfoque híbrido para trabajar esta investigación. Por un lado, la IA les permitió filtrar y señalar áreas de interés y datos recurrentes. Por otro lado, los periodistas revisaron manualmente cada texto, aplicando su criterio para determinar la relevancia de cada fragmento.

Sin el uso de IA, los periodistas hubiesen pasado largas horas transcribiendo e identificando patrones de forma manual, lo que hubiese retrasado el enfoque en áreas más importantes como el análisis de los datos y la información



Esquema de trabajo



The New York Times

OBJETIVO

Analizar cientos de horas en grabaciones para fiscalizar una coalición política estadounidense

PASO 1



El sistema de IA transcribió **400** horas de vídeo

PASO 2



La IA filtró y señaló áreas de interés y datos recurrentes extraídos de las transcripciones

PASO 3



El equipo de periodistas revisó los datos provistos por la IA, y revisó manualmente la transcripción y las áreas de interés que marcó el sistema



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

EL SURTIDOR



NOMBRE DEL MEDIO

El Surtidor

LINK

elsurti.com

PAÍS

Paraguay

AÑO DE FUNDACIÓN

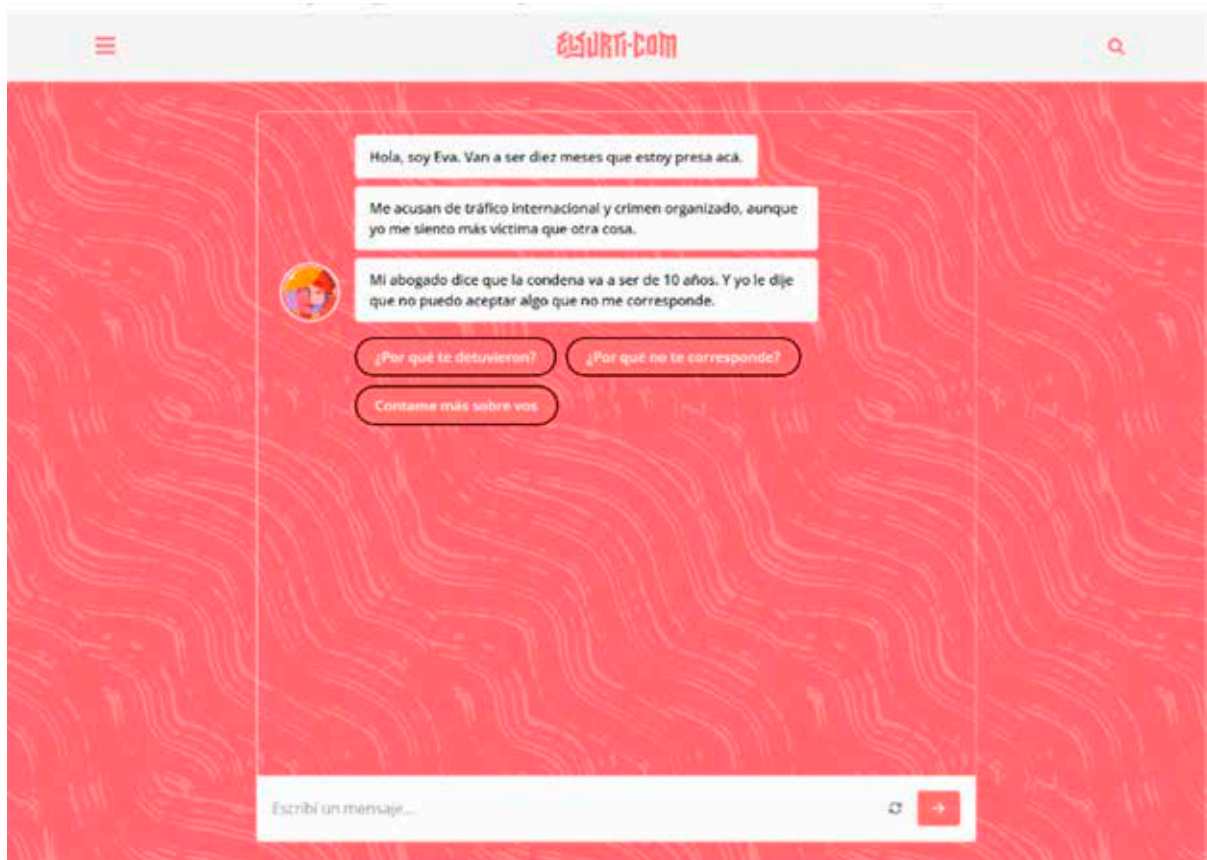
No específica

El Surtidor, también conocido como El Surti, es un medio independiente enfocado en la cultura, el arte, la política y la sociedad. El medio aborda una amplia gama de temas, desde política hasta literatura, arte, economía, derechos humanos y cuestiones sociales.

La revista ha mantenido su carácter independiente, lo que le ha permitido a lo largo de los años mantener una postura crítica y autónoma frente a intereses políticos y económicos del país. El Surtidor ha tenido varios formatos, desde su versión impresa hasta su presencia digital. Su formato permite una mezcla de contenidos de análisis profundo y reportajes, junto con un espacio para la poesía, la narrativa y las artes visuales.

El medio destaca por su oferta de contenidos variados que van más allá de contar una noticia, sino relatar hechos importantes, ofrecer contexto y brindar información de formas alternativas y dinámicas para lograr mayor accesibilidad a los contenidos.

Como parte de sus esfuerzos en innovación, el medio desarrolló el proyecto 'Eva', un chatbot creado a partir de IA que cuenta la historia de una mujer que fue privada de libertad por tráfico de drogas en Paraguay. El chatbot es capaz de responder a preguntas relacionadas a este caso, dándole una nueva forma a las narrativas de temas de género y derechos humanos.

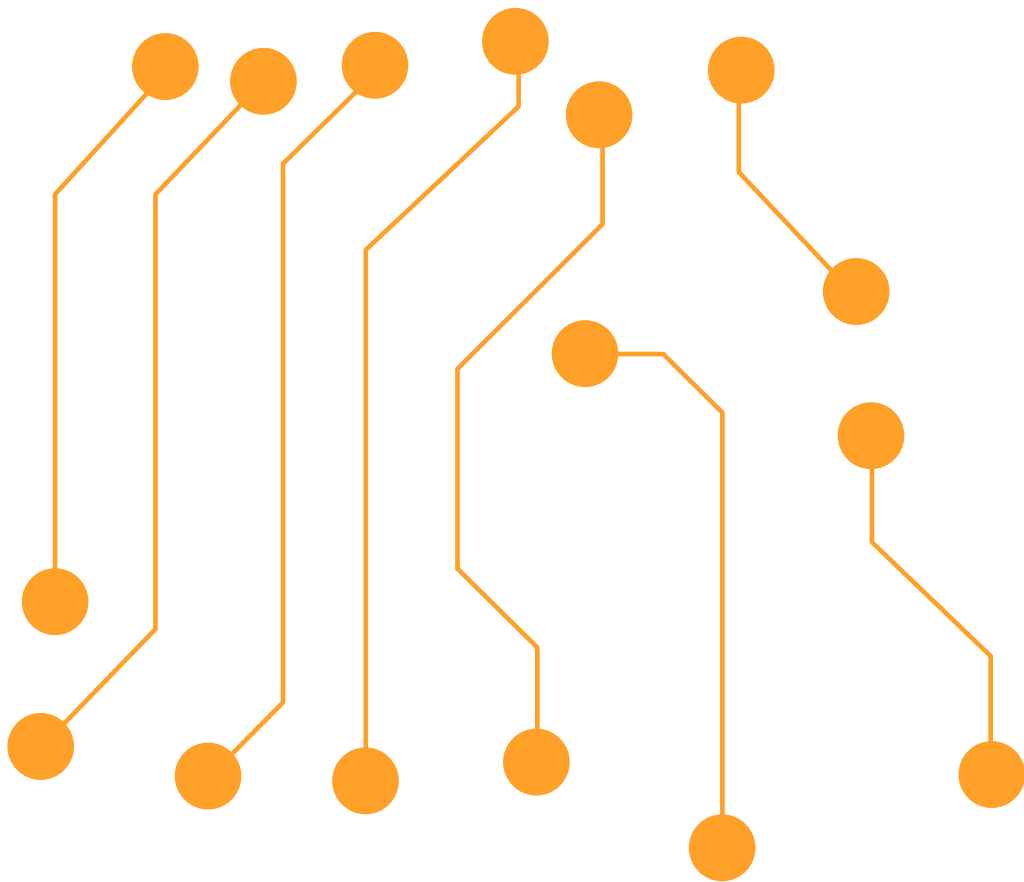


Chatbot Eva (Fuente: elsurti.com/eva)

Eva es un nombre ficticio para proteger la identidad de la víctima, sin embargo, representa a una mujer de 28 años que fue detenida en el Buen Pastor, una penal en Asunción, Paraguay, por haber sido acusada de servir de mula para una red de narcotráfico.

Eva es solo la figura de este chatbot, pero representa a más de 400 mujeres que están presas en Paraguay acusadas por delitos vinculados a las drogas. El equipo de El Surti entrevistó, entre 2022 y 2024, a mujeres detenidas por tráfico internacional. En una de las entrevistas, una de las periodistas conoció a Eva, quien luego se convirtió en la protagonista de esta iniciativa.

Este proyecto responde a un interés del medio por encontrar un formato que le permitiera a la audiencia co-construir la narrativa, por lo que un chatbot facilitaba este estilo. “La idea es que Eva pudiera contar su historia, y respetar al máximo incluso su manera de hablar, así que este no es otro chatbot hecho con ChatGPT. La IA en este caso juega un papel importante en entender lo que dicen los usuarios, pero cada una de las palabras que dice Eva está escrita por humanos”, dijo en su cuenta de LinkedIn Sebastián Hacher, periodista y diseñador conversacional de Eva.





Uso de inteligencia artificial

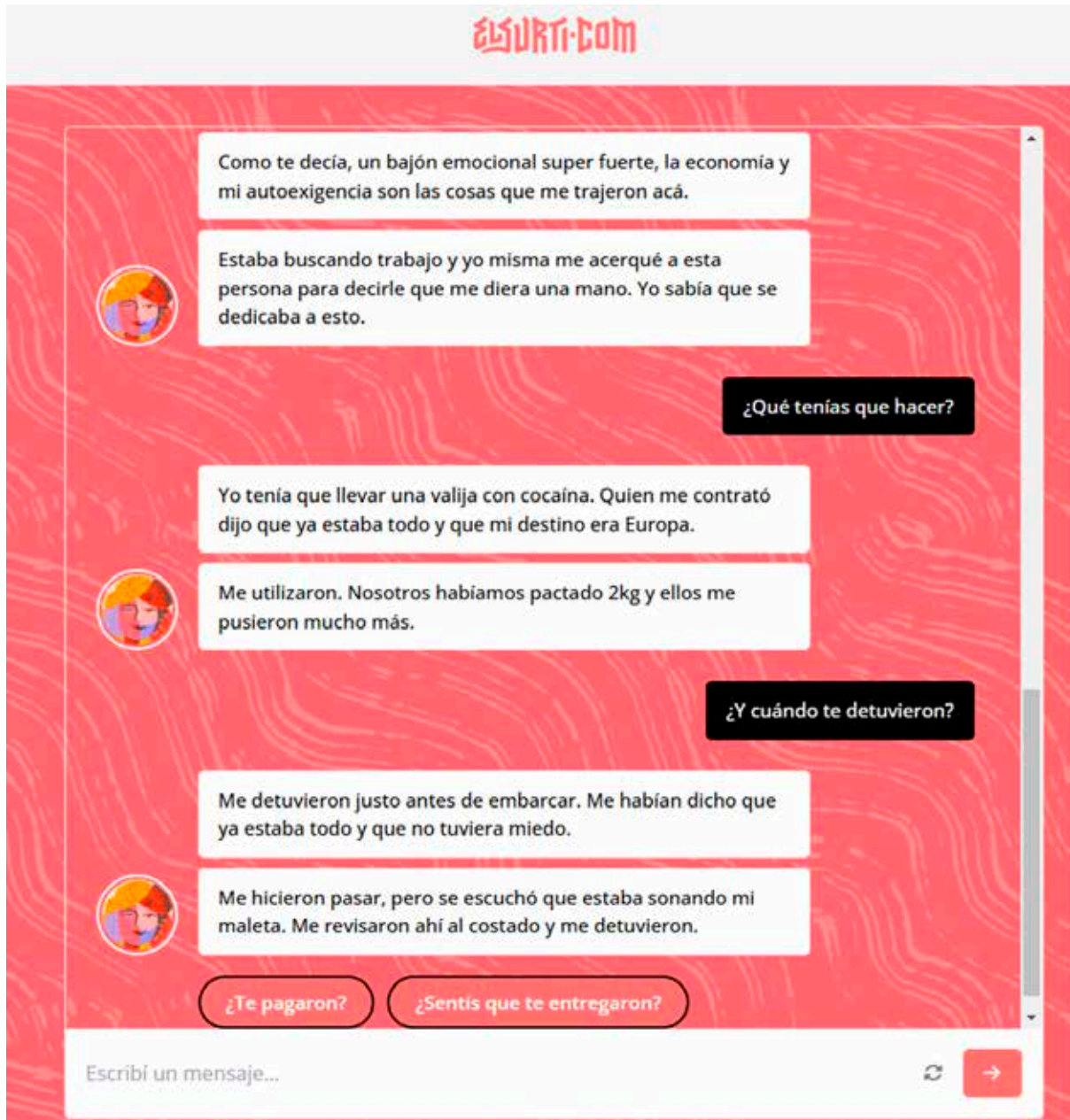


Para desarrollar a **Eva**, el medio hizo un esfuerzo colaborativo entre periodistas, diseñadores conversacionales y la IA. Utilizaron Voiceflow, una herramienta de low cost, para desarrollar el chatbot. Además, ChatGPT 3.5 turbo para el procesamiento del lenguaje natural, y JavaScript para algunos detalles.

Los periodistas se encargaron de cuidar el contenido con el que era entrenado el chatbot, así como la forma en que Eva organiza las frases y articula las palabras en jopará, una mezcla entre el guaraní y el español hablado por los paraguayos.

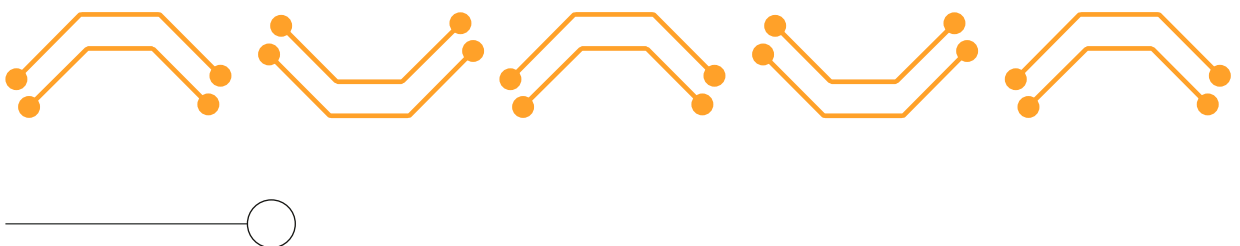
El equipo procesó horas de entrevista con la fuente y las dividieron en pequeños fragmentos para poder diseñar distintas posibilidades de respuesta para hacer fluir el diálogo del chatbot. La entrevista con la protagonista fue editada en una especie de red, por lo que Eva puede dar 120 respuestas, escritas por El Surti.

Para hacer esto posible, diseñaron todos los flujos posibles para que la conversación con los usuarios resulte lo más natural posible, manteniendo la forma de hablar de la víctima. Además, utilizaron IA para diseñar 58 tipos de conversaciones diferentes para poder detectar lo que podrían llegar a preguntarle los usuarios.



Conversación con Eva (Fuente: elsurti.com/eva)


Cada vez que un usuario realiza una consulta o hace una pregunta, el motor del chatbot se entrena para continuar con su optimización. Eva es un producto innovador en el contexto latinoamericano para visibilizar un tema delicado como el género y los derechos humanos.



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)



“Lo que todos tenemos que hacer es asegurarnos de que estamos usando la IA de una manera que sea en beneficio de la humanidad, no en detrimento de la humanidad”.

TIM COOK

04

MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE USAN AVATARES

TECNOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE AVATARES



Tecnología para la creación de avatares. (Fuente: Elaboración propia)

RADIO 3



NOMBRE DEL MEDIO

Radio Nacional de España

LINK

www.rtve.es/radio/app-radio-3

PAÍS

España

AÑO DE FUNDACIÓN

1979

AVATAR

Hiperia

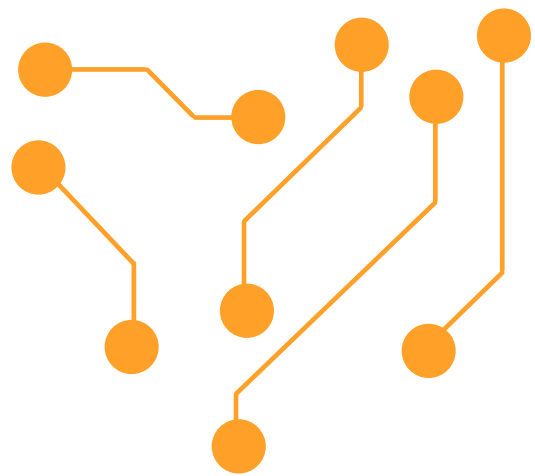
AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2023

La Radio Nacional de España (RNE) es la división de Radiotelevisión Española encargada de gestionar el servicio público de radiodifusión nacional. RNE opera seis emisoras de radio, entre ellas cuatro que cubren todo el territorio español, Ràdio 4, que se escucha solo en Cataluña, y Radio Exterior de España, que tiene una señal internacional y emite en varios idiomas, incluidos los cooficiales de España, así como en portugués, francés, inglés y judeoespañol.

Radio Nacional, como emisora generalista, es la principal estación de RNE. Actualmente, en el conglomerado que es RNE, Radio 3, que ofrece programación dedicada a la literatura, cine, teatro, artes plásticas y tecnología usa avatares. Esta emisora es reconocida por su enfoque innovador en formatos y está disponible a través de diferentes plataformas, como FM, DAB, TDT, DVB-S e Internet. Además, cuenta con Radio 3 Extra, una sección exclusiva en línea que ofrece contenido adicional, incluyendo la plataforma Hiperia.

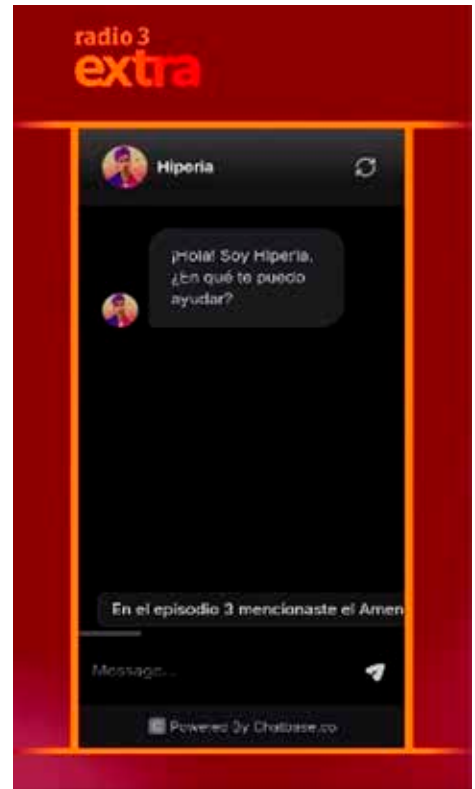
Uso de inteligencia artificial



Hiperia (Fuente: www.rtve.es/radio/app-radio-3)

RTVE, a través de Radio 3 Extra, lanzó **Hiperia**, un avatar impulsado por inteligencia artificial diseñado para crear contenidos innovadores y atraer a una audiencia joven. Hiperia genera su aspecto, voz y guion mediante algoritmos avanzados, capaces de personalizar los mensajes y responder a preguntas sobre música y cultura juvenil. Este avatar utiliza IA para identificar patrones y adaptar su contenido y, además, para ofrecer respuestas relevantes en torno a temas de interés.

Aunque el guión de cada episodio es generado con chat GPT, el equipo de Radio 3 revisa la versión final para garantizar la calidad. La propuesta de Hiperia está enfocada a explorar nuevas narrativas interactivas, con episodios semanales que se presentan en la app de Radio 3 y en RTVE Play. Esta combinación de autonomía de la IA y supervisión humana permite una experiencia adecuada y atractiva para la audiencia, posicionando a RTVE a la vanguardia en el uso de tecnología en el sector público.



Aplicación de radio (Fuente: www.rtve.es/radio/app-radio-3)



RTVE Play (Fuente: *Radio 3 Extra presenta 'Hiperia' el primer contenido audiovisual creado íntegramente con Inteligencia Artificial*)



Esquema de trabajo

radio 3



Hiperia

Objetivo

- Hiperia es un avatar creado con el fin de generar contenidos sobre la música y la cultura juvenil

Generación del guion

- ChatGPT produce un borrador del guion basado en las directrices y objetivos del programa

Revisión humana

- El equipo de Radio 3 ajusta el contenido generado por IA para garantizar calidad, coherencia y adecuación al público objetivo

Modelo del avatar:

Creación de un diseño interactivo, optimizado para plataformas digitales

Integración de voz:

Uso de tecnologías Text-to-Speech (TTS) o grabación de voz para sincronizar con el guion

Implementación de la IA

IA

Diseño y configuración del avatar

Publicación y distribución

Episodios semanales:

- App de Radio 3.
- RTVE Play

Interacción y experiencia de usuario

Narrativa interactiva:

El avatar fomenta la participación del público mediante preguntas o respuestas adaptadas

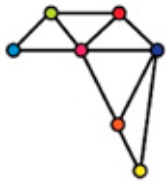
Experiencia personalizada:

La combinación de IA y supervisión humana asegura contenidos atractivos y adecuados a los intereses de la audiencia



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

CONNECTAS



NOMBRE DEL MEDIO

CONNECTAS

LINK

www.connectas.org

PAÍS

Venezuela

AÑO DE FUNDACIÓN

2012

AVATAR

La Chama y El Pana

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

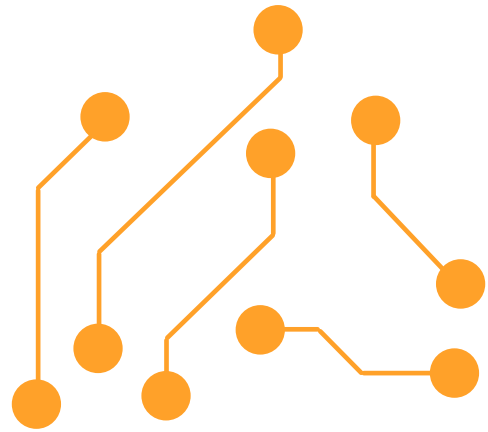
2024

CONNECTAS es una plataforma de periodismo de investigación enfocada a fortalecer la cobertura de temas críticos en América Latina, como corrupción, derechos humanos, medioambiente y crimen organizado. Creada para ofrecer un espacio colaborativo a periodistas de la región, busca responder a desafíos como la censura, las amenazas a la libertad de prensa y los recursos limitados para el periodismo investigativo. Desde su fundación, ha trabajado

con el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) y recibe apoyo de organizaciones comprometidas con una prensa libre y una democracia más fuerte. La plataforma promueve investigaciones en conjunto con periodistas independientes y medios locales, lo que le ha permitido generar contenidos que fomentan la transparencia y la rendición de cuentas. Además, ofrece formación en nuevas tecnologías y métodos de investigación.



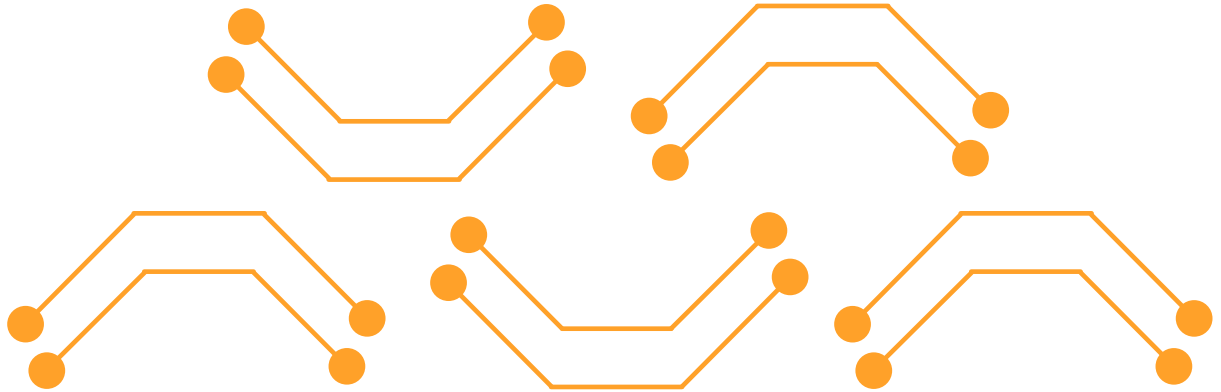
Uso de inteligencia artificial



CONNECTAS implementó inteligencia artificial en su plataforma a través de los avatares “La Chama” y “El Pana”, diseñados para crear una conexión cercana con la audiencia mediante expresiones faciales y gestos similares a los de los presentadores humanos.



La Chama y el Pana (Fuente: *La Chama y El Pana*, los presentadores creados con inteligencia artificial)



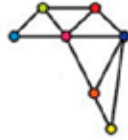
Estos avatares, activos en redes sociales como X e Instagram, abordan temas sensibles como la represión de manifestantes y las restricciones a los derechos civiles, ofreciendo información verificada. Estos avatares son los rostros de Operación Retuit, una iniciativa emprendida por una docena de medios venezolanos, en colaboración con unos 20 medios y 100 periodistas, busca garantizar el derecho a la información en un contexto de censura en Venezuela. “La Chama” y “El Pana” permiten difundir noticias de forma segura, sin poner en riesgo a los editores y periodistas locales que podrían enfrentar represalias del gobierno.



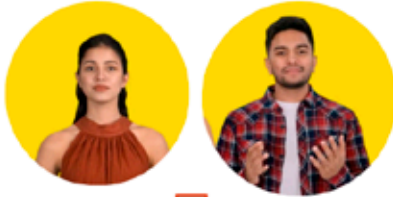
La Chama y el Pana en redes sociales (Instagram) (Fuente: www.instagram.com/caracaschron)



Esquema de trabajo



CONNECTAS



Objetivos

- La Chama y El Pan son dos avatares diseñados para abordar temas sensibles, como la represión de manifestantes y las restricciones a los derechos civiles en Venezuela



- Su propósito es proporcionar información verificada y respaldada por la red de CONNECTAS, garantizando la calidad y la credibilidad del contenido.
- Además, buscan proteger la identidad de periodistas y editores locales que podrían ser objeto de represalias gubernamentales

Plataformas de actuación:

Activos en redes sociales como X (Twitter) e Instagram



IA

Uso de IA:



Integración de algoritmos de procesamiento de lenguaje natural y análisis de datos para apoyar a periodistas en la creación de contenido

(Fuente: Elaboración propia, 2025)

GRUPO FÓRMULA



NOMBRE DEL MEDIO

Grupo Fórmula

LINK

www.tvoai.com

PAÍS

México

AÑO DE FUNDACIÓN

1968

AVATAR

NAT, MAX y SOFI

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

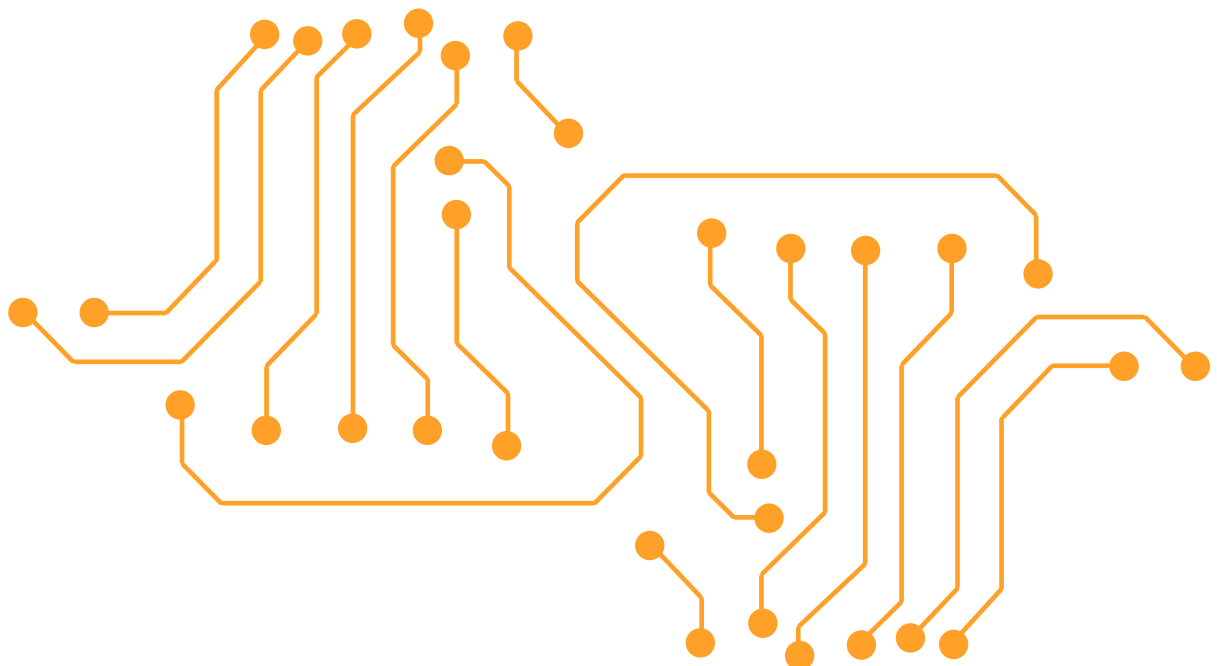
2023

Grupo Fórmula, una destacada empresa de medios de comunicación en México, ha evolucionado significativamente desde su origen centrado en la radio. A lo largo del tiempo, ha desarrollado un modelo integral basado en la información, el análisis y la opinión, consolidándose como un referente en el sector. Actualmente, su oferta incluye una amplia gama de contenidos a través de programación televisiva, plataformas digitales y redes sociales, logrando un alcance que trasciende las fronteras nacionales.

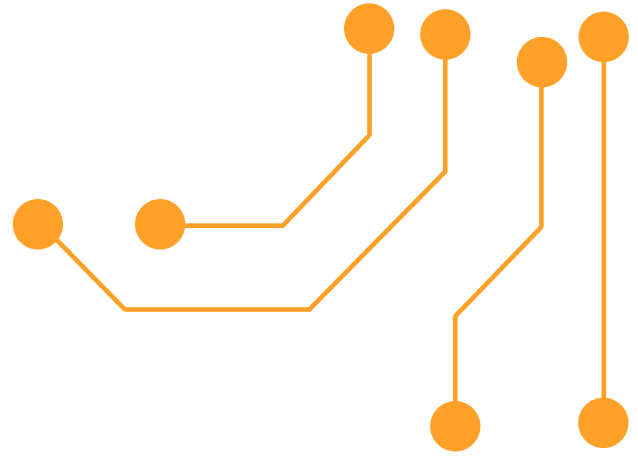
Entre sus principales características destaca su enfoque en programas que abordan noticias, análisis político, entretenimiento, deportes y otros temas de interés social. Este compromiso con la innovación ha llevado a Grupo Fórmula a incursionar en el ámbito tecnológico con proyectos como **TVOAI**, su plataforma de *streaming*, que amplía las opciones de consumo de contenido informativo y de entretenimiento.

TVOAI ofrece un catálogo variado que incluye noticias, deportes, documentales, películas y producciones propias y de terceros. La plataforma, gratuita para los usuarios, está disponible en dispositivos móviles con sistemas operativos iOS y Android, así como en Smart TVs, Amazon Fire TV, Roku, Apple TV y Chromecast. Además, permite acceder tanto a transmisiones en vivo como a videos bajo demanda, lo que proporciona una experiencia flexible y personalizada.

Pensada para una audiencia global, TVOAI es accesible en México, América Latina y Estados Unidos, y cuenta con contenido en varios idiomas, incluidos español, inglés y francés. Esta iniciativa refuerza el compromiso de Grupo Fórmula con la innovación tecnológica y la diversificación de sus servicios, consolidándose como un actor clave en el entorno digital y en la transformación de los medios de comunicación tradicionales.



Uso de inteligencia artificial



Grupo Fórmula ha integrado inteligencia artificial generativa en sus proyectos más innovadores, destacándose por el desarrollo de personajes virtuales que forman parte de programas y noticiarios transmitidos en su plataforma de *streaming*, TVOAI. Este proyecto se ha estructurado en tres fases.

1

En la primera fase, el proceso de creación fue manual. Se diseñaron las imágenes de los personajes virtuales, a los que posteriormente se les asignó una voz y se definieron los textos que responderían a las preguntas planteadas. Finalmente, se añadió la animación para darles una apariencia dinámica y realista.

2

En la segunda fase, el proceso se automatizó mediante el uso de una plataforma que integra diversas herramientas de inteligencia artificial. Esto permitió optimizar cada etapa de producción, desde el diseño visual hasta la animación, logrando un resultado final más eficiente y reduciendo significativamente los tiempos de producción.

3

La tercera fase, actualmente en desarrollo, tiene como objetivo principal permitir la interacción directa de los usuarios con los personajes virtuales. A través de computadoras o dispositivos móviles, los usuarios podrán mantener conversaciones en tiempo real con estos avatares, simulando una experiencia similar a la de estar presentes en un programa de televisión.

ENTRE LOS PERSONAJES VIRTUALES DESTACADOS DE GRUPO FÓRMULA SE ENCUENTRAN **NAT, MAX Y SOFI**, CADA UNO ESPECIALIZADO EN ÁREAS ESPECÍFICAS DE CONTENIDO.



NAT (Neural AI Technology)

Es la primera conductora virtual de noticias en México. NAT, diseñada para ser inclusiva y profesional, evita estereotipos sexistas y presenta reportajes en tiempo real en horarios fijos a través de Radio Fórmula, Telefórmula y redes sociales. Con un estilo atractivo y un enfoque objetivo, conecta con audiencias jóvenes y digitales.

MAX (Machine-learning AI for eXcellence and Insight)

Se ha especializado en deportes, tecnología, videojuegos y estilo de vida, Max ofrece resúmenes y análisis en estas áreas.

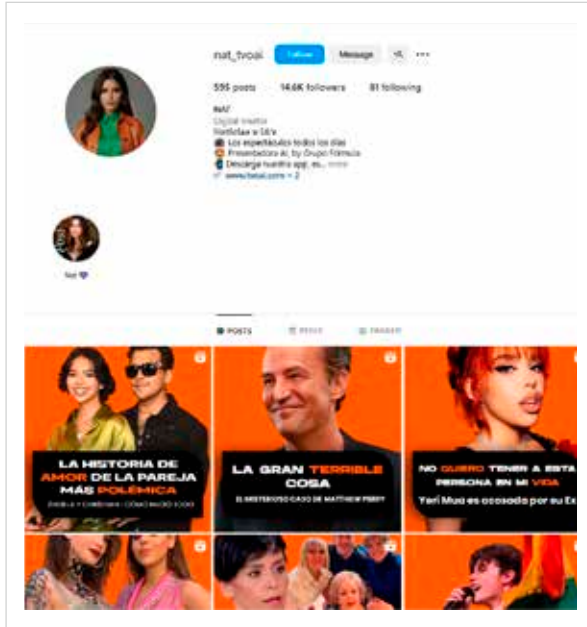


SOFI (Synthetic On-screen Facilitator and Informant)

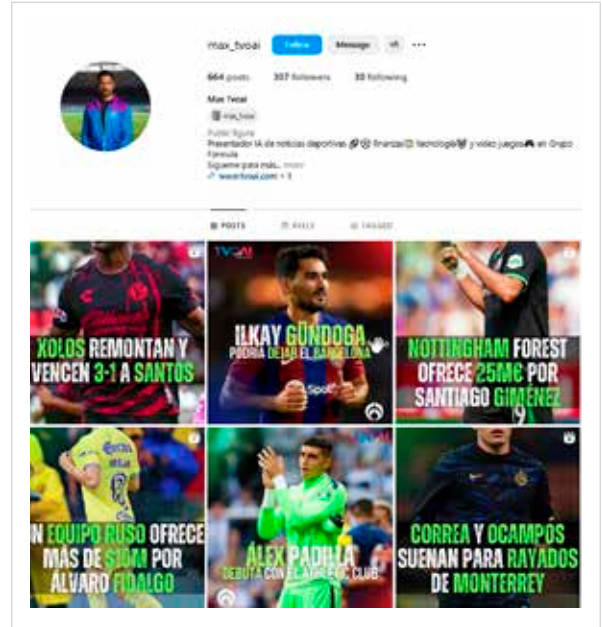
Cuenta con un enfoque en temas políticos nacionales e internacionales, Sofi se encarga de cubrir los acontecimientos más relevantes con profundidad y precisión.

De arriba a bajo: Nat es la primera presentadora IA, Max es el segundo presentador IA y Sofi es la tercera presentadora IA en Grupo Formula (Fuente: www.tvoainews.com/about)

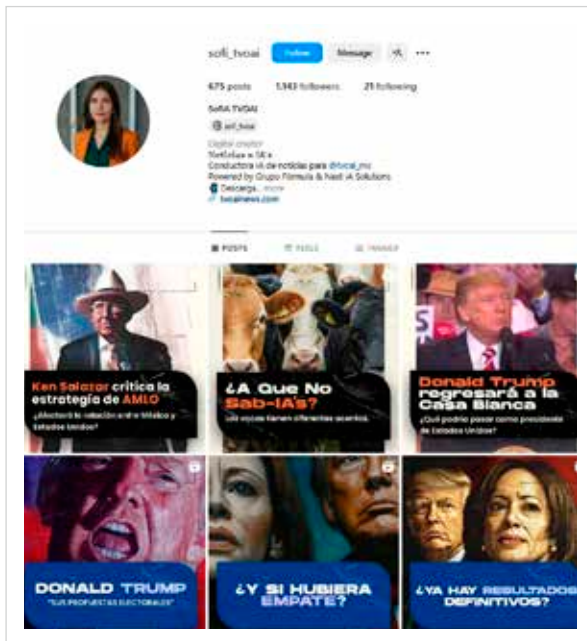
Estos tres avatares cuentan con especialidades únicas y gestionan sus propias redes sociales, fortaleciendo su conexión con la audiencia. Utilizan herramientas avanzadas de inteligencia artificial que les permiten moverse y hablar de manera natural, lo que mejora su capacidad para presentar noticias en Telefórmula.



Nat en Instagram (Fuente: [instagram.com/nat_tvoai](https://www.instagram.com/nat_tvoai))



Max en Instagram (Fuente: [instagram.com/max_tvoai](https://www.instagram.com/max_tvoai))



Sofi en Instagram (Fuente: [instagram.com/sofi_tvoai](https://www.instagram.com/sofi_tvoai))

Con un estilo atractivo, objetivo y comprometido con la veracidad, estos avatares han logrado captar el interés de una audiencia joven y digital. Además, interactúan activamente en redes sociales, adaptando su contenido a temas relevantes para su público y empleando un lenguaje directo y accesible que favorece una comunicación más cercana y efectiva.

Esquema de trabajo



Objetivos

El objetivo de los avatares es presentar información en distintos ámbitos:

- Nat: Especializada en noticias generales
- Max: Enfocado en información deportiva
- Sofi: Aborda temas políticos tanto nacionales como internacionales

Cada avatar está diseñado para cubrir un área específica, facilitando el acceso a contenidos relevantes y segmentados

Integración de inteligencia artificial (IA)



Diseño y animación del avatar

- Se aplican tecnologías de motion capture o sistemas de animación automatizada que sincronizan la expresión facial y los movimientos corporales del avatar con la voz



- Si el avatar responde a eventos en tiempo real, se incorporan algoritmos para mostrar expresiones congruentes con las emociones del contenido

IA



Publicación y distribución

- Redes sociales (YouTube e Instagram)
- Página web



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

AAJ TAK (INDIA TODAY)



NOMBRE DEL MEDIO

Aaj Tak (India Today)

LINK

www.aajtak.in

PAÍS

India

AÑO DE FUNDACIÓN

1995

AVATAR

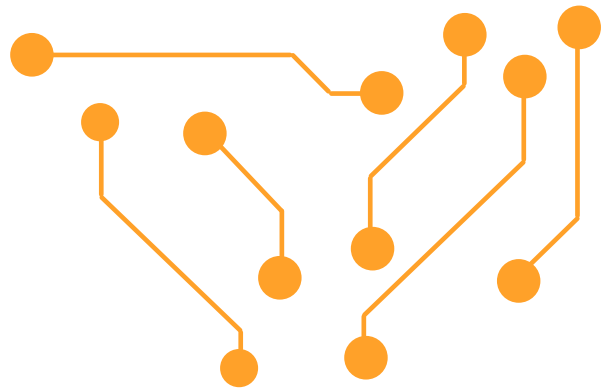
Sana

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2023

Aaj Tak es uno de los canales de noticias en hindi más reconocidos y populares de la India, y forma parte del grupo mediático India Today Group. Su lanzamiento inicial fue como un programa de noticias en la televisión pública, Doordarshan, en 1995, y en el año 2000 se convirtió en un canal de noticias de transmisión continua (24/7). Su estilo directo y enfoque en noticias en tiempo real le permitió ganar rápidamente popularidad, consolidándose como una referencia en noticias en hindi. El canal ha mantenido una trayectoria de innovación, adoptando tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia informativa de sus audiencias.

Uso de inteligencia artificial



En 2023, Aaj Tak lanzó a Sana, la primera presentadora de noticias en India basada en inteligencia artificial, como parte de la estrategia de India Today Group para integrar la IA en el periodismo y explorar nuevas formas de conectar con el público. Sana debutó en el programa Black & White, junto al periodista Sudhir Chaudhary, y fue presentada oficialmente en el Conclave de India Today, generando entusiasmo por su capacidad de adaptación mediante el aprendizaje automático.

Sana está diseñada para interactuar con la audiencia, ofreciendo actualizaciones informativas en varios idiomas y en distintos horarios a lo largo del día. Además, realiza sesiones de preguntas y respuestas, lo que incrementa la participación del público y enriquece la experiencia informativa. Aunque Sana no reemplaza a los presentadores humanos, quienes colaboran en su evolución, complementa el equipo aportando un estilo innovador y adaptado a audiencias jóvenes.



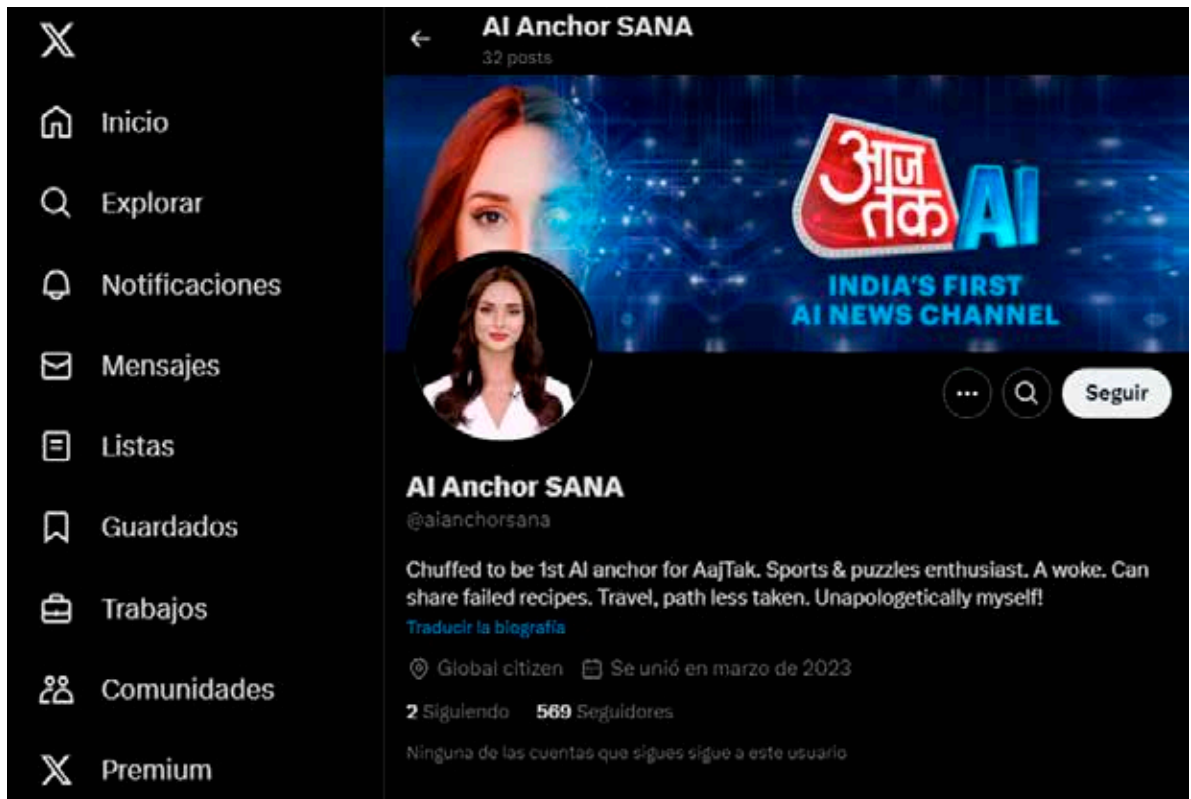
Sana presentadora de noticias de Aaj Tak (Fuente: www.aajtak.in)





Sana presentadora de noticias de Aaj Ta (Fuente: www.youtube.com/watch?v=1mHFRCO81Pw)

Con una apariencia humanoide y habilidades multilingües, Sana amplía el alcance de Aaj Tak y consolida la posición del canal en el mercado de medios de la India, demostrando el compromiso del grupo con la modernización y el uso de IA en el periodismo televisivo.



Sana presentadora de noticias de Aaj Tak en redes sociales X (Fuente: x.com/aianchorsana)

Esquema de trabajo



Sana es un avatar humanoide diseñado para simular a un presentador humano a través de expresiones faciales y lenguaje corporal realistas. Además, cuenta con habilidades multilingües que le permiten comunicarse en varios idiomas, adaptándose eficazmente a las diversas audiencias de India



Generación de Contenido

Programación automatizada:

- Sana presenta noticias generadas a partir de datos y algoritmos de IA
- Los contenidos son seleccionados y adaptados en función de las preferencias de la audiencia

Actualizaciones informativas:

- Ofrece noticias en tiempo real, con actualizaciones periódicas a lo largo del día

Interactividad:

- Realiza sesiones de preguntas y respuestas en vivo, incrementando la participación del público

Aprendizaje Automático

IA

Sana mejora constantemente gracias al aprendizaje automático basado en la retroalimentación del público y las interacciones con los presentadores humanos

A medida que interactúa más con la audiencia, adapta su estilo y tono para conectar mejor con los espectadores

(Fuente: Elaboración propia, 2025)

ODISHA TV



NOMBRE DEL MEDIO

Odisha TV

LINK

odishatv.in

PAÍS

India

AÑO DE FUNDACIÓN

1997

AVATAR

Lisa

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2023

Odisha Television Ltd (OTV) es un grupo mediático de Odisha (India). OTV fue el primer canal de televisión en Odisha que estableció un modelo de noticias independientes.

Uso de inteligencia artificial

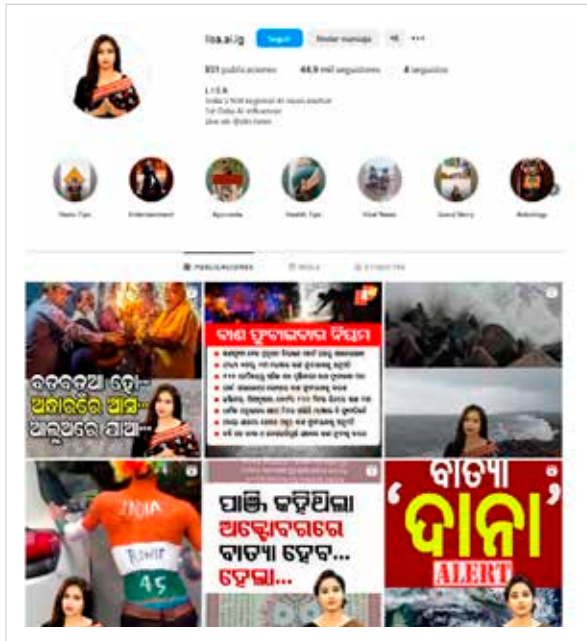


Lisa es la primera presentadora de noticias impulsada por inteligencia artificial (IA) de Odisha TV (OTV), un canal de noticias local en la India. Lisa tiene la capacidad de comunicar noticias en dos idiomas, odia e inglés, lo que le permite interactuar con una amplia audiencia a través de las plataformas de televisión y digitales de OTV. Su lanzamiento representa un paso significativo en la incorporación de la IA en el periodismo de la región, destacando el esfuerzo de OTV por modernizar su oferta informativa y atraer audiencias más jóvenes.



Isa es la primera presentadora de noticias impulsada por inteligencia artificial (IA) de Odisha TV
 (Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=k5NcpmQOu1g>)

Lisa fue diseñada para reflejar una figura profesional, vistiendo un saree tradicional de Odisha, y se ha presentado como un avance tecnológico que busca ofrecer noticias de manera eficiente y accesible. Aunque inicialmente ha sido entrenada para presentar noticias en odia e inglés, el equipo de OTV está trabajando para mejorar su capacidad de interacción, especialmente en odia, para que Lisa pueda realizar interacciones más fluidas y precisas con los espectadores.



Lisa en Instagram (Fuente: [instagram.com/lisa.ai.ig](https://www.instagram.com/lisa.ai.ig))



Lisa en X (Fuente: x.com/otvnews/status/1678022423017586688)

Lisa tiene presencia en varias redes sociales, como Instagram y Facebook, donde los usuarios pueden seguir sus actualizaciones. Este enfoque en las redes sociales es parte de su integración en la vida digital y de su interacción con el público.



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

LETRAS TV



NOMBRE DEL MEDIO

Letras TV

LINK

letras.unmsm.edu.pe/programas

PAÍS

Perú

AÑO DE FUNDACIÓN

No específica

AVATAR

Illary

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2019

Letras TV es un canal audiovisual de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) en Perú, que emite una amplia variedad de contenidos relacionados con la facultad y la universidad. Su programación incluye noticias, entrevistas, eventos culturales, deportes y programas educativos.

Una de sus secciones, LETRAS TV Noticias, ofrece información sobre eventos, actividades y logros de la comunidad universitaria de la UNMSM. La misión principal de LETRAS TV es promover la cultura, la educación y la difusión de conocimiento, utilizando los medios audiovisuales como herramientas de comunicación y divulgación tanto en la comunidad universitaria como en la sociedad en general.

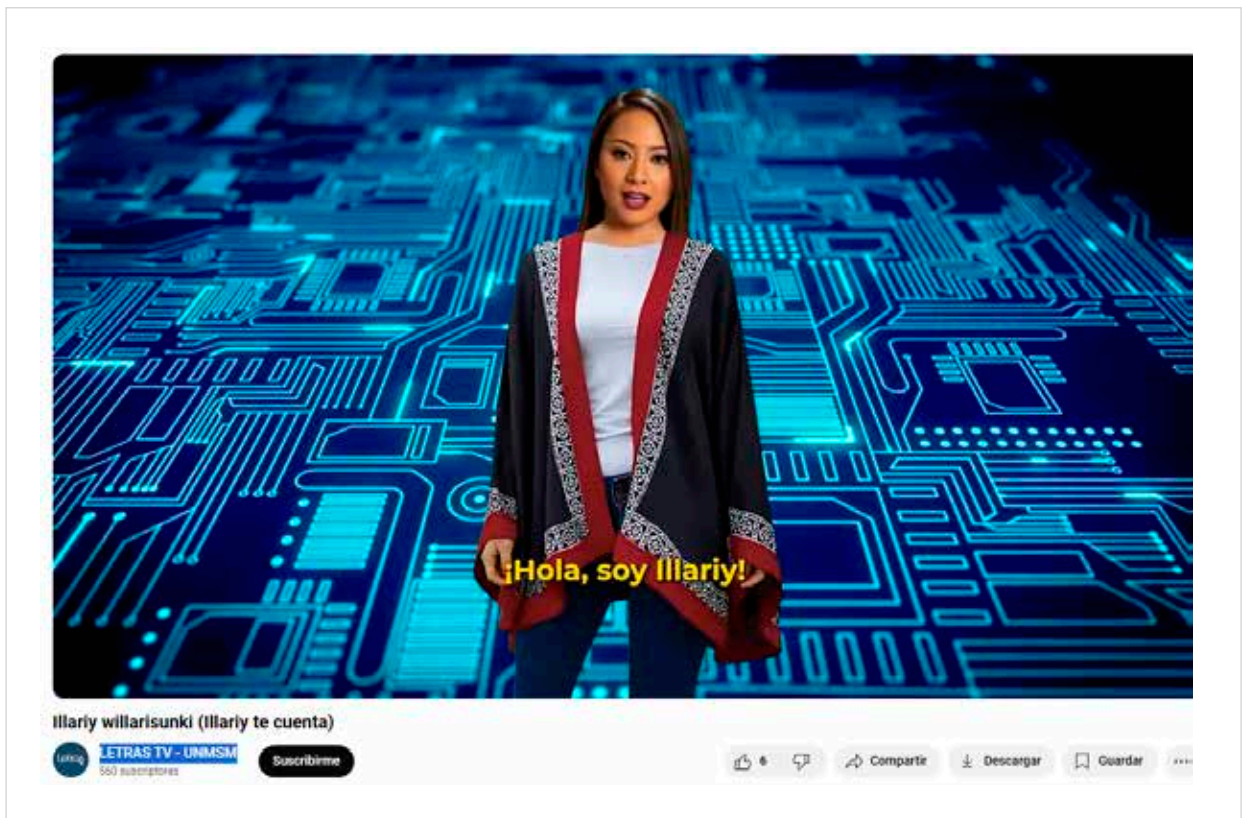


Uso de inteligencia artificial

La Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en Perú, ha estado explorando el uso de la inteligencia artificial durante un tiempo. Con la llegada de herramientas como ChatGPT y DALL-E, decidió dar un paso más y crear a Illary, una presentadora virtual con características indígenas que habla en quechua, la lengua originaria de los Andes peruanos.

Illary es la primera presentadora de noticias en quechua desarrollada con inteligencia artificial. El nombre de Illary, que significa “amanecer” en quechua, representa un nuevo comienzo y simboliza la esperanza.

Cada miércoles, Illary se convierte en la voz de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, presentando las noticias y eventos importantes para la comunidad universitaria y el público general. Este proyecto no solo busca generar contenido informativo actual, sino también revivir y preservar idiomas y culturas en riesgo de desaparecer. A través de la inteligencia artificial, el proyecto procura mantener vivo el quechua y explorar nuevas formas de utilizar esta tecnología para enriquecer la experiencia cultural.



Illary, es la primera presentadora de noticias de IA en quechua (Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=SC5IB--r890>)



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

NOTICIAS CARACOL



NOMBRE DEL MEDIO

Noticias Caracol

LINK

www.noticiascaracol.com

PAÍS

Colombia

AÑO DE FUNDACIÓN

1995

AVATAR

Bruno Ambiental

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2024

Noticias Caracol es uno de los noticieros más importantes de Colombia. Fundado en 1995, desde su creación ha trabajado para emitir noticias todos los días de la semana, registrando los hechos más relevantes del país y del mundo. Este noticiero cubre una amplia variedad de temas, incluyendo entretenimiento, deportes, salud, arte y muchas otras áreas. En 2024, Noticias Caracol comenzó a incorporar herramientas de inteligencia artificial (IA) para ofrecer una visión innovadora y moderna a sus televidentes.



Uso de inteligencia artificial



Bruno Ambiental es un proyecto pionero desarrollado por Noticias Caracol, que consiste en la creación de un embajador de temas ambientales basado en IA con rasgos humanos. Su misión principal es cubrir la COP16 Colombia, una cumbre internacional sobre biodiversidad, y educar al público sobre temas ambientales tanto en Colombia como en el mundo.

Para difundir información y concientizar sobre temas ambientales, Bruno Ambiental utiliza redes sociales como Instagram y TikTok, donde los usuarios pueden interactuar con él y proponer temas de interés general para ser desarrollados en sus plataformas. Además, durante la COP16, el noticiero lanzó un chat donde la gente podía consultarle inquietudes. A pesar de esta interactividad, los detalles técnicos del algoritmo o la tecnología utilizada para su creación aún no han sido revelados.

Bruno Ambiental representa una síntesis de tecnología, conexión con la naturaleza y un profundo enfoque humano. En un mundo donde el medio ambiente se ha convertido en una prioridad en la agenda informativa, política, económica y social, este personaje llega para contribuir a la conversación con una perspectiva informada, accesible y sostenible. Con un espíritu aventurero y la misión de llevarnos a los escenarios más extraordinarios del planeta, Bruno se presenta como un nuevo aliado digital de Noticias Caracol, comprometido con la divulgación de información ambiental y la concienciación pública sobre la importancia de proteger el mundo en el que vivimos.



Bruno Ambiental, el embajador de temas ambientales de Noticias Caracol creado con IA
 (Fuente: <https://www.instagram.com/bruno.ambiental/?hl=es>)



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

NOTINOR.COM



NOMBRE DEL MEDIO

NOTINOR.COM

LINK

notinor.com/jujuy

PAÍS

Argentina

AÑO DE FUNDACIÓN

2013

AVATAR

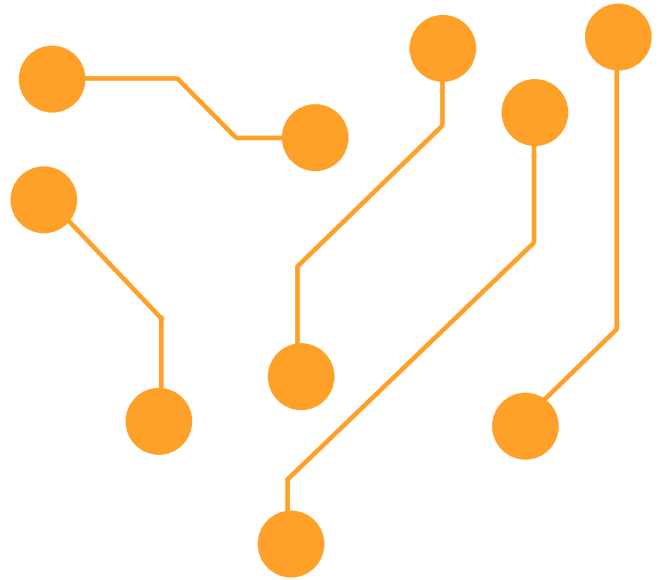
Mary Jane y Scarlett Sabana

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2024

En 2024, **NOTINOR.COM**, medio de comunicación argentino, marcó un precedente en el ámbito nacional al integrar avatares creados con inteligencia artificial (IA) como presentadores de noticias, consolidándose como el primer medio del país en adoptar esta tecnología disruptiva. La iniciativa busca complementar la labor periodística tradicional con un enfoque innovador, alineándose con tendencias globales en comunicación digital.

Uso de inteligencia artificial



Mary Jane, presentadora de Política, Economía e Internacionales (Fuente: <https://www.youtube.com/shorts/riE2aQfVE2o>)

MARY JANE

Encargada de las secciones de política, economía e internacionales. Inspirada en el personaje de la saga Spider-Man, Mary Jane es el rostro de los contenidos sobre temas clave del panorama global.



SCARLETT SABANA

Presentadora de deportes y espectáculos, debutando con un análisis sobre la nueva camiseta de la Selección Argentina.



Scarlett Sabana, presentadora de Deportes y Espectáculos (Fuente: <https://www.youtube.com/shorts/dZeUjpiUztU>)

Esquema de trabajo



NOTINOR.COM es una iniciativa que nace en el 2024 con el lanzamiento de una tecnología disruptiva y se convierte en el primer medio de la Argentina en tener presentadores de noticias creados con Inteligencia Artificial (IA)



- Mary Jane: Encargada de las secciones de política
- Scarlett Sabana: Presentadora de deportes



Generación de voz (Síntesis de texto a voz)

- Voz con acento argentino
- Lenguaje: Castellano
- Voz: Femenina



Diseño y animación del avatar

- Se aplican tecnologías de motion capture o sistemas de animación automatizada que sincronizan la expresión facial y los movimientos corporales del avatar con la voz



Integración de inteligencia artificial (IA)

- Se incorporan algoritmos para mostrar expresiones congruentes con las emociones del contenido

Publicación y distribución

- Instagram
- Facebook
- Youtube



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

OFF RADIO KRAKÓW



NOMBRE DEL MEDIO

OFF Radio Kraków

LINK

off.radiokrakow.pl

PAÍS

Polonia

AÑO DE FUNDACIÓN

2015

AVATAR

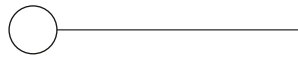
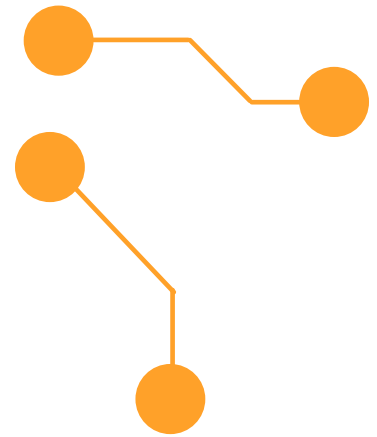
Kuba, Alex y Szulc

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2024

OFF Radio Kraków, una emisora polaca, comenzó en 2015 con una programación automatizada complementada por algunos programas en vivo conducidos por colaboradores externos. A pesar de su enfoque innovador, que combinaba música y contenidos alternativos, no logró captar una audiencia significativa, lo que llevó a un cambio en su dirección en 2024.

Uso de inteligencia artificial



Ese año, la emisora se transformó en un experimento mediático impulsado por inteligencia artificial (IA). Los programas ahora son dirigidos por avatares generados por IA, diseñados para atraer a la Generación Z con contenidos sobre tecnología, cultura pop y cuestiones sociales. Aunque los diálogos son generados por IA, un equipo humano supervisa los contenidos para asegurar su calidad y pertinencia.

Sin embargo, esta decisión de sustituir a los presentadores humanos por IA ha generado controversia, especialmente en un contexto de financiación pública. Muchos oyentes y expertos han criticado el impacto de esta medida en los empleos humanos y las implicaciones éticas de reemplazar trabajadores con tecnología. La emisora justifica el cambio por la baja audiencia y la necesidad de atraer a un público joven. Sin embargo, algunos lo interpretan como un precedente preocupante para el futuro de los medios. OFF Radio Kraków ha presentado este experimento como una prueba temporal para evaluar el potencial de la IA en la radio, mientras persiste el debate sobre el equilibrio entre la innovación tecnológica y el valor del trabajo humano en los medios.



Presentadores de IA de off.radiokrakow (Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=j_1gO9ABauY)



Jakub “Kuba” Zieliński (PERSONAJE FÍCTICO)
 (Fuente: *Radio AI. Jakie były założenia projektu?*)

JAKUB “KUBA” ZIELIŃSKI

(22 años), estudiante de Ingeniería Acústica en AGH, especialista en tecnología y música, entusiasta, en busca de las últimas novedades en el campo de la producción de sonido y nuevas soluciones tecnológicas.

EMILIA “EMI” NOWA

(20 años), estudiante de periodismo, experta en cultura pop, que sigue con pasión las últimas tendencias en el mundo del cine, la música y la moda.



Emilia “Emi” Nowak (PERSONAJE FÍCTICO)
 (Fuente: *Radio AI. Jakie były założenia projektu?*)



Alex Szulc (PERSONAJE FÍCTICO).
 Fuente (*Radio AI. Jakie były założenia projektu?*)

ALEX SZULC

(23 años), socialmente comprometido, le gusta debatir apasionadamente sobre temas relacionados con la identidad, la cultura queer y el impacto de los medios en la sociedad. Recientemente estudió psicología.



Esquema de trabajo



Objetivo

Evaluar el potencial de la inteligencia artificial en la radio mediante la creación de tres presentadores virtuales como parte de un experimento temporal presentado por OFF Radio Kraków

Diseño

- Basado en perfiles ficticios representativos de intereses juveniles (tecnología, cultura pop, y temas sociales)



Tecnología utilizada

- Herramientas de generación de voz e imagen mediante inteligencia artificial
- Scripts y diálogos generados por IA, ajustados para temas actuales y atractivos para la audiencia joven

IA

- Un equipo humano revisa los contenidos para garantizar su calidad y relevancia



Avatares principales (ficticios)



Kuba Zieliński: Experto en tecnología y música



Emilia Nowak: Especialista en cultura pop



Alex Szulc: Enfocado en temas sociales y cultura queer

(Fuente: Elaboración propia, 2025)

INTAR RADIO



NOMBRE DEL MEDIO

Intar Radio

LINK

intarradio.com

PAÍS

España

AÑO DE FUNDACIÓN

2024

AVATAR

Itai , Romy y Ada

AÑO DE CREACIÓN DEL AVATAR

2024

Intar Radio es una emisora digital que combina tecnología con una misión humana. Creada como un espacio por y para mujeres, busca amplificar las voces femeninas y celebrar sus logros. Ofrece selecciones musicales, contenidos informativos y espacios que conectan y empoderan, enriqueciendo la vida de las mujeres a nivel global.

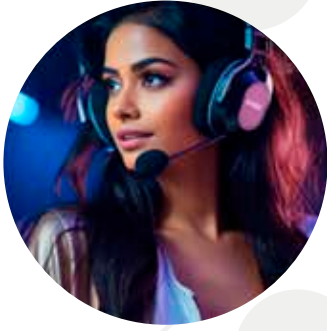
La emisora también promueve el deporte femenino, impulsando la participación de mujeres y niñas en diversas disciplinas. Reconoce el deporte como herramienta para mejorar la autoestima, la salud y el empoderamiento. Cada segmento y contenido está diseñado para inspirar a sus oyentes.

Uso de inteligencia artificial



Intar Radio emplea inteligencia artificial para transformar la experiencia auditiva. Con tres locutoras virtuales, Ada, Itai y Romy, personaliza la programación según los intereses de su audiencia. La IA analiza estadísticas en tiempo real para ofrecer contenido dinámico, incluyendo música, noticias y magazines.

Aunque utiliza tecnología avanzada, la emisora cuenta con un equipo humano diverso que complementa las capacidades técnicas. Este equilibrio entre lo humano y lo digital garantiza una experiencia cercana y significativa. Intar Radio demuestra cómo la tecnología puede integrarse con propósito, creando espacios inclusivos y transformadores.



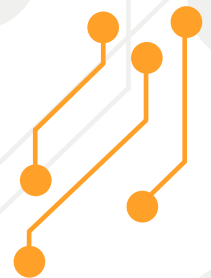
ROMY

La voz de Romy es la encargada de informar sobre las últimas noticias de actualidad y deporte.



ITAI

Se especializa en hablar de temas como: salud, bienestar, moda, belleza y curiosidades.



ADA

Ada habla a las oyentes sobre temas relacionados a la autoayuda.

De arriba a abajo: Romy, Itai y Ada, locutoras de Intar Radio (Fuente: intarradio.com)



Esquema de trabajo



(Fuente: Elaboración propia, 2025)

RADIO GPT



NOMBRE DEL MEDIO

Radio GPT

LINK

radiogpt.ar

PAÍS

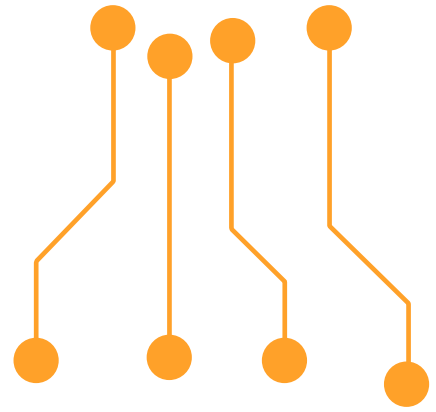
Estados Unidos

AÑO DE FUNDACIÓN

2023

Radio GPT es una plataforma que utiliza inteligencia artificial (IA) para la creación y transmisión de contenidos radiales automatizados. Esta tecnología fue desarrollada por Futuri Media, una empresa especializada en soluciones tecnológicas para medios de comunicación. Radio GPT combina modelos avanzados de IA, como GPT (Generative Pre-trained Transformer), con sistemas de generación de voz para ofrecer una experiencia de radio completamente automatizada y personalizada.

Uso de inteligencia artificial



Utiliza modelos de lenguaje como GPT-4 para analizar noticias, tendencias y datos en redes sociales, lo que le permite crear guiones y segmentos en tiempo real adaptados al interés de la audiencia. Esta radio se basa en la inteligencia artificial (IA) para automatizar y personalizar las transmisiones de radio. Esta tecnología analiza datos en tiempo real, genera contenido original y adapta las emisiones a los intereses de la audiencia.

Radio GPT recoge información de fuentes como noticias, redes sociales y eventos locales. Luego, utiliza IA para identificar los temas más importantes y convertir esos datos en guiones listos para transmitir.

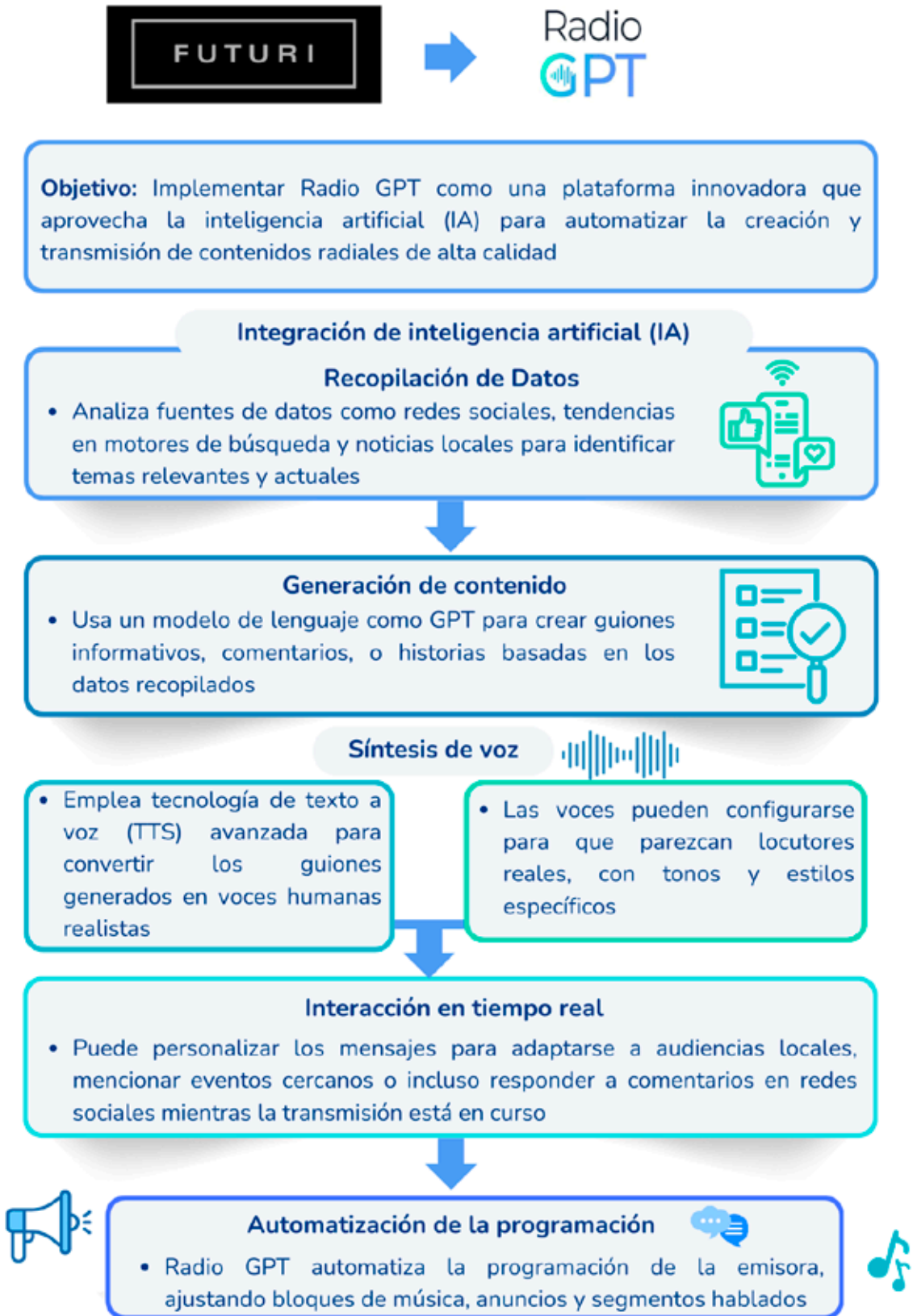
Gracias a modelos avanzados como GPT, puede escribir contenidos que se ajusten al tono y estilo que necesita la emisora, desde noticias serias hasta comentarios más relajados. Después, transforma esos textos en voces realistas usando tecnología de texto a voz (TTS). Las voces pueden personalizarse según el género, el acento y el tono, logrando una conexión más natural con los oyentes.

La IA también organiza la programación de la emisora, combinando noticias, música y anuncios de forma eficiente. Además, puede hacer cambios en tiempo real si surgen nuevos eventos o tendencias importantes.

Radio GPT también cuenta con la capacidad de responder a las interacciones del público, como comentarios en redes sociales, y ajusta el contenido para que sea más relevante.



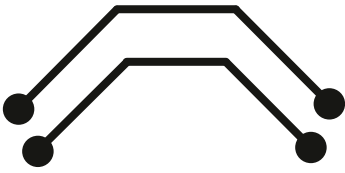
Esquema de trabajo



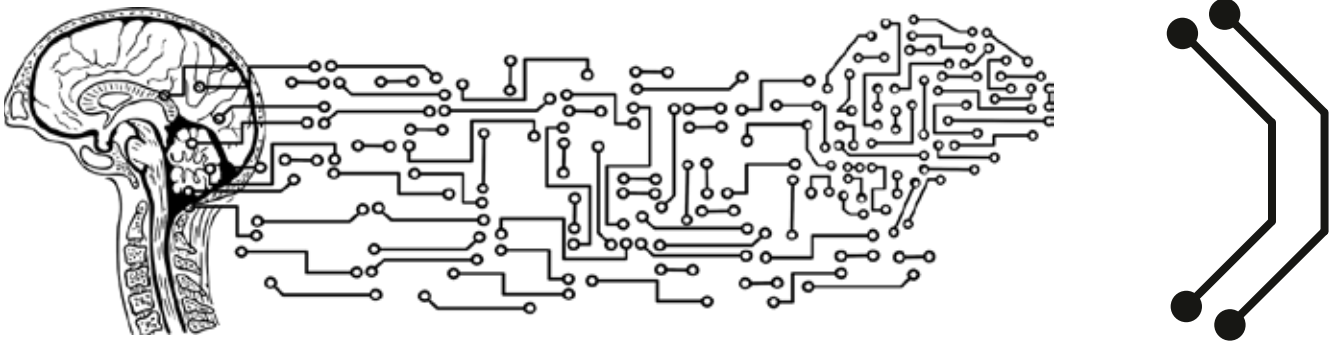
(Fuente: Elaboración propia, 2025)

05

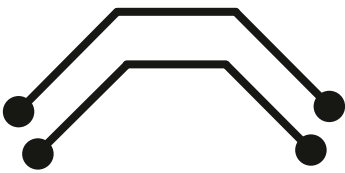
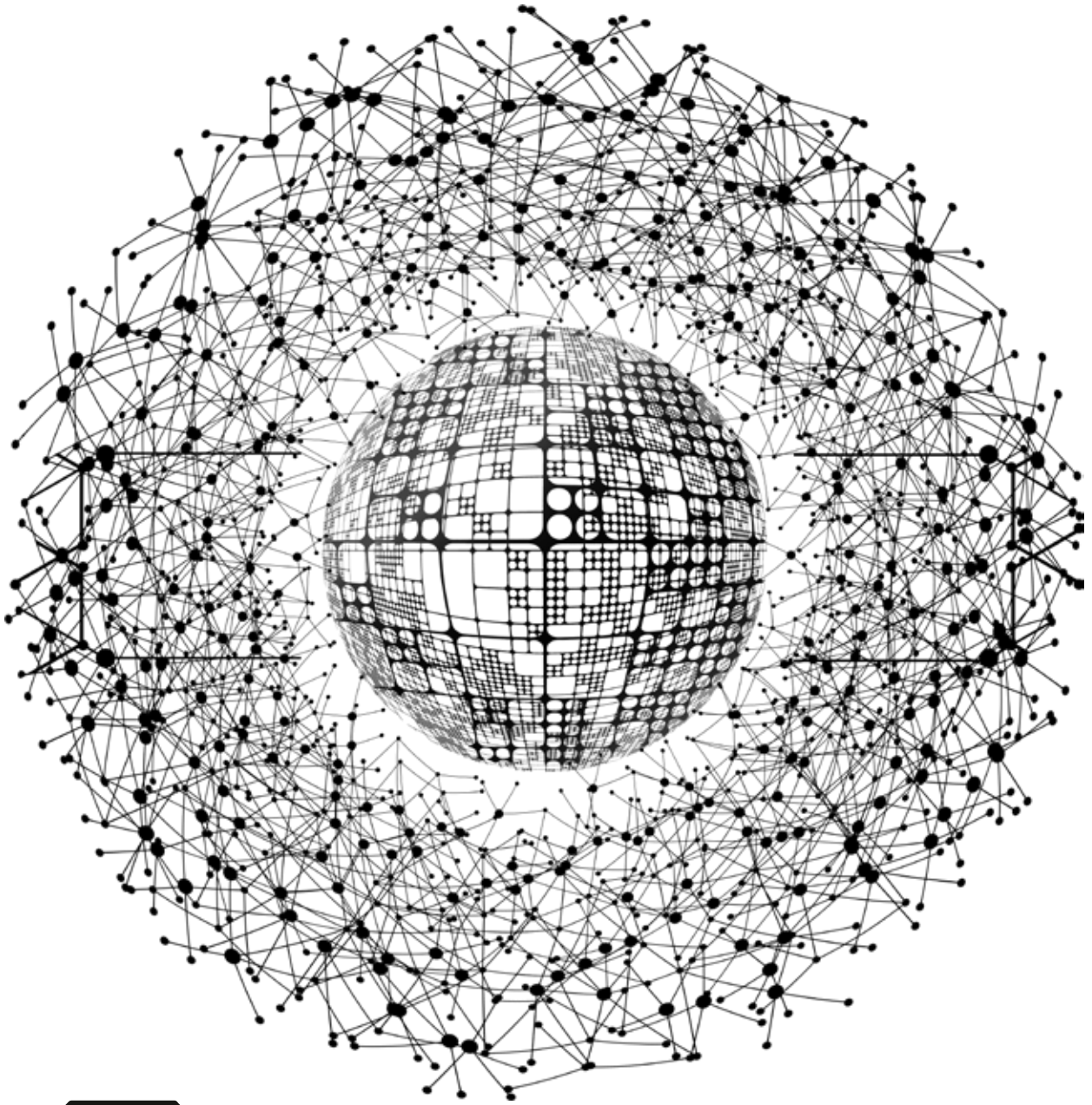
CONCLUSIONES



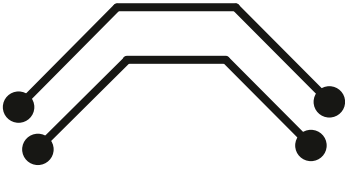
El estudio ha permitido identificar una serie de iniciativas que, a nivel mundial, están explotando algunas de las posibilidades de la IA para la redefinición de servicios, tareas y contenidos; o para la ideación de nuevas vías de interacción con sus usuarios. En este sentido, se detecta que, por lo general, las dinámicas de aprovechamiento de este desarrollo tecnológico se centran en aspectos muy similares. Desde la automatización en la generación o traducción de contenidos a la creación de avatares, los diferentes medios estudiados se mueven dentro de un territorio que, aun con diferencias y matices, responde a un enfoque compartido que comparte varios aspectos. Respecto a este punto, sería oportuno monitorear cómo evoluciona el uso de este tipo de innovaciones y, además, cuál es su impacto y nivel de receptividad por parte de los usuarios. En este sentido, desde el Gabinete de Comunicación y Educación de la UAB y desde el Observatorio Oi2 existe el compromiso de estudiar la evolución y el desarrollo de este tipo de iniciativas a futuro.



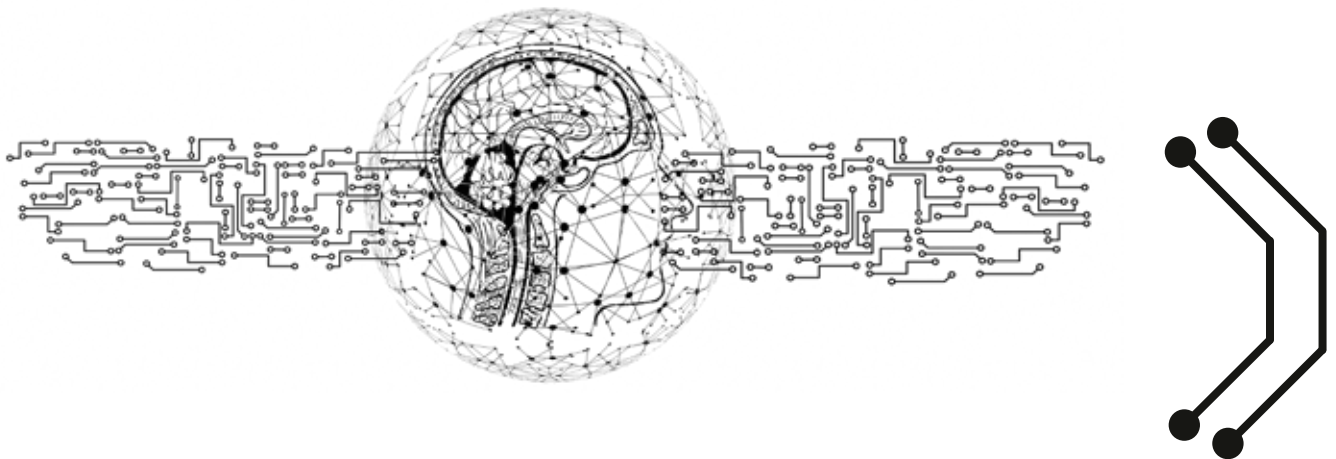
No obstante, por otro lado, el presente estudio invita a indagar sobre otro tipo de cuestiones que conectan el periodismo y la comunicación con la IA. Por un lado, emerge la necesidad por conocer como este tipo de tecnologías y servicios podría ser de utilidad para un periodismo de proximidad que, en los últimos años, ha experimentado una pérdida de recursos para el desarrollo de sus actividades. ¿Puede la IA contribuir a mejorar el trabajo en las redacciones de estos medios? ¿Cómo puede ayudar a mejorar la información local, comarcal, etc.? ¿Qué tipo de competencias y habilidades demanda a los periodistas de este ámbito? ¿Conocen los directivos las posibilidades de la IA y la forma de implementarla?



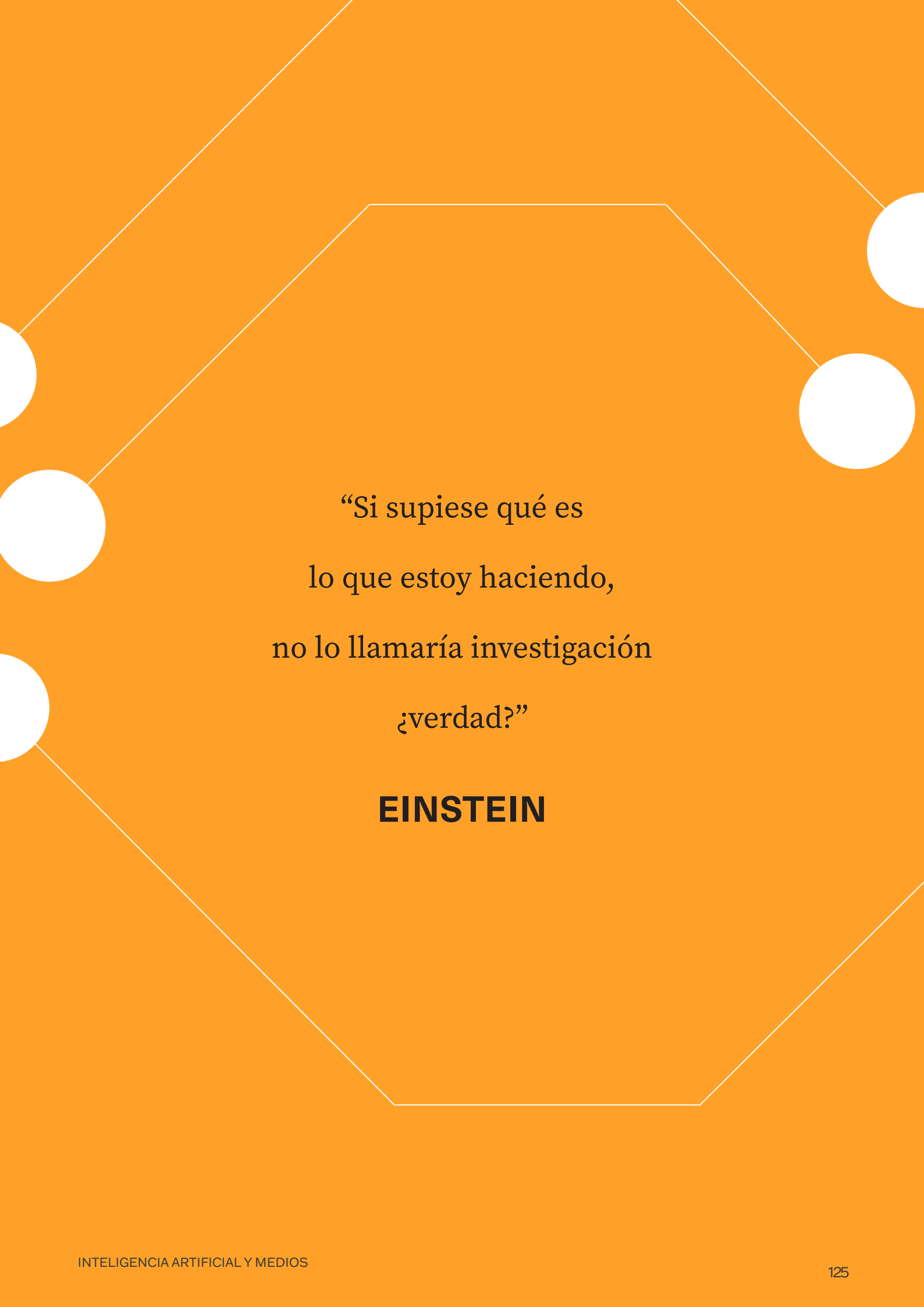
Por otro lado, es importante analizar cómo podemos aprovechar las posibilidades de la IA para la creación conjunta (ser humano-máquina) de historias periodísticas que nos ayuden a explicar más y mejor el mundo. Algunas de las iniciativas estudiadas en este informe apuntan en esa dirección, pero creemos oportuno incidir en este aspecto potenciando investigaciones que, desde la experimentación y el intercambio entre disciplinas, nos ayuden a detectar posibles líneas para la elaboración de contenidos que innoven sin perder el compromiso con el rigor, la precisión, el contexto y el fomento del pensamiento crítico.



A lo anterior, se suma la importancia de reflexionar sobre cómo las facultades de comunicación han de afrontar este cambio y revisar sus planes de estudios en aras de potenciar una formación desde la IA; con IA y para la IA. Esto es: un uso técnico e instrumental que conozca, desde dentro, los procesos y sus porqués. Y, además, un fomento del pensamiento crítico con el objetivo de no perder el debate ético, crítico y responsable que demanda esta nueva coyuntura y que necesitamos para defender los valores fundacionales del periodismo y su importante función social.



En este sentido, este informe se suma al trabajo que desde el Observatorio Oi2, con la ayuda del Gabinete de Comunicación y Educación de la UAB y RTVE, hemos venido realizando para potenciar proyectos de investigación que ofrezcan directrices, recomendaciones, consejos y soluciones. Para ello, el diálogo entre la academia y la industria es decisivo. Y, para ello igualmente, es clave generar espacios de reflexión, experimentación y debate que nos ayuden a identificar y articular nuevas preguntas. Estos interrogantes, que en el caso de la IA han de llegar de un diálogo coral entre disciplinas y métodos, son el motor para seguir haciendo de la investigación un trabajo que invitar a creer y que aconseja seguir desconfiando. Lo dijo Albert Szent-Györgyi, fisiólogo y Premio Nobel de Medicina: «Investigar es ver lo que todo el mundo ya ha visto y pensar lo que nadie ha pensado todavía».



“Si supiese qué es
lo que estoy haciendo,
no lo llamaría investigación
¿verdad?”

EINSTEIN

06

FUENTES DE INFORMACIÓN

Arts Technica. (2024, 29 octubre). *How The New York Times is using generative AI as a reporting tool*. <https://arstechnica.com/ai/2024/10/the-new-york-times-shows-how-ai-can-aid-reporters-without-replacing-them/>

Caracol, N., & Perdomo, M. H. (2024, 15 octubre). *Conozca a Bruno, el primer embajador IA de temas ambientales de Noticias Caracol*. Noticias Caracol. <https://www.noticiascaracol.com/colombia/conozca-a-bruno-el-primer-embajador-ia-de-temas-ambientales-de-noticias-caracol-rg10>

Cervantes, P. T. (2023, 7 noviembre). *Los primeros avatares con IA para dar noticias en TV en Latam son mexicanos*. Forbes México. <https://forbes.com.mx/los-primeros-avatares-con-ia-para-dar-noticias-en-tv-en-latam-son-mexicanos/>

Descubre la Revolución Informativa: Acerca de TVOAI News, Pioneros en Noticias Generadas por IA en México y Latinoamérica. (2024, 1 junio). Tvoai News. <https://www.tvoainews.com/about>

Distefano, M. (2024, 12 septiembre). *RadioGPT: Así es la primera radio sin humanos, donde la música y la locución están gestionadas por un algoritmo*. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/radiogpt-asi-es-la-primera-radio-sin-humanos-donde-la-musica-y-la-locucion-estan-gestionadas-por-un-nid13042023/>

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2023, 10 abril). *¿Cómo crearon a Illariy, la primera presentadora de noticias en quechua generada por IA?* <https://andina.pe/agencia/noticia-como-crearon-a-illary-primera-presentadora-noticias-quechua-generada-ia--935011.aspx>

Hiberus blog. (2020, 6 junio). *Caso de éxito: Henneo, inteligencia artificial aplicada a la recomendación de noticias*. <https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/caso-de-exito-henneo-inteligencia-artificial-aplicada-a-la-recomendacion-de-noticias/>

India Today. (2024, 27 abril). *India Today Group's AI anchor Sana wins global media award*. India Today. <https://www.indiatoday.in/india/story/india-today-groups-ai-anchor-sana-wins-global-media-award-for-ai-led-news-room-transformation-2532514-2024-04-27>

INTAR Radio. (2024, 28 octubre). *Inicio - intar radio*. Intar Radio. <https://intarradio.com/>

IVERES. (2024). *Proyecto IVERES "Identificación, Verificación y Respuesta"*. <https://iveres.es/>

Laboratorio de Periodismo. (2023, 22 junio). *Cuatro usos inteligentes de la inteligencia artificial en el periodismo*. <https://laboratoriodeperiodismo.org/cuatro-usos-inteligentes-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo/>

Laboratorio de Periodismo. (2024, 11 julio). *The Washington Post lanza un chatbot para responder preguntas sobre el clima*. https://laboratoriodeperiodismo.org/the-washington-post-lanza-un-chatbot-para-responder-preguntas-sobre-el-clima/?utm_source=Laboratorio+de+Periodismo&utm_campaign=5db0954369-Newsletter_1607024&utm_medium=email&utm_term=0_d18e8a4e41-5db0954369-614774957

Laboratorio de Periodismo. (2024, 31 octubre). *Cómo El Surti (Paraguay) usa IA para potenciar su periodismo narrativo y cubrir historias desafiantes*. <https://laboratoriodeperiodismo.org/como-el-surti-usa-ia-para-potenciar-su-periodismo-narrativo-y-cubrir-historias-desafiantes/>

Le Monde. (2023, 7 abril). *How 'Le Monde' in English translates between language and culture*. https://www.lemonde.fr/en/about-us/article/2023/04/07/how-le-monde-in-english-translates-between-language-and-culture_6022027_115.html

Local Media Association. (2024, 14 febrero). *How The Baltimore Times uses AI to serve audience better*. <https://localmedia.org/2024/02/how-the-baltimore-times-uses-ai-to-serve-audiences-better/#:~:text=The%20Baltimore%20Times%20has%20also%20used%20AI%20to%20enable%20the,-for%20these%20topics%20is%20access>

Medium. (2022, 7 junio). *Cómo creamos Visión Latina, una herramienta de Inteligencia Artificial pensada para medios latinoamericanos*. <https://medium.com/octubre/c%C3%B3mo-creamos-visi%C3%B3n-latina-una-herramienta-de-inteligencia-artificial-pensada-para-medios-ecb3e47e3a6e>

NOTINOR.COM, el primer medio argentino con presentadores creados con inteligencia artificial. (2024, 7 enero). *Notinor Jujuy*. <https://notinor.com/ujuy/notinor-com-el-primer-medio-argentino-con-presentadores-creados-con-inteligencia-artificial/>

OTV News English. (2023, 9 julio). *Meet Lisa, OTV and Odisha's first AI news anchor set to revolutionize TV broadcasting & journalism* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=k5NcpmQOu1g>

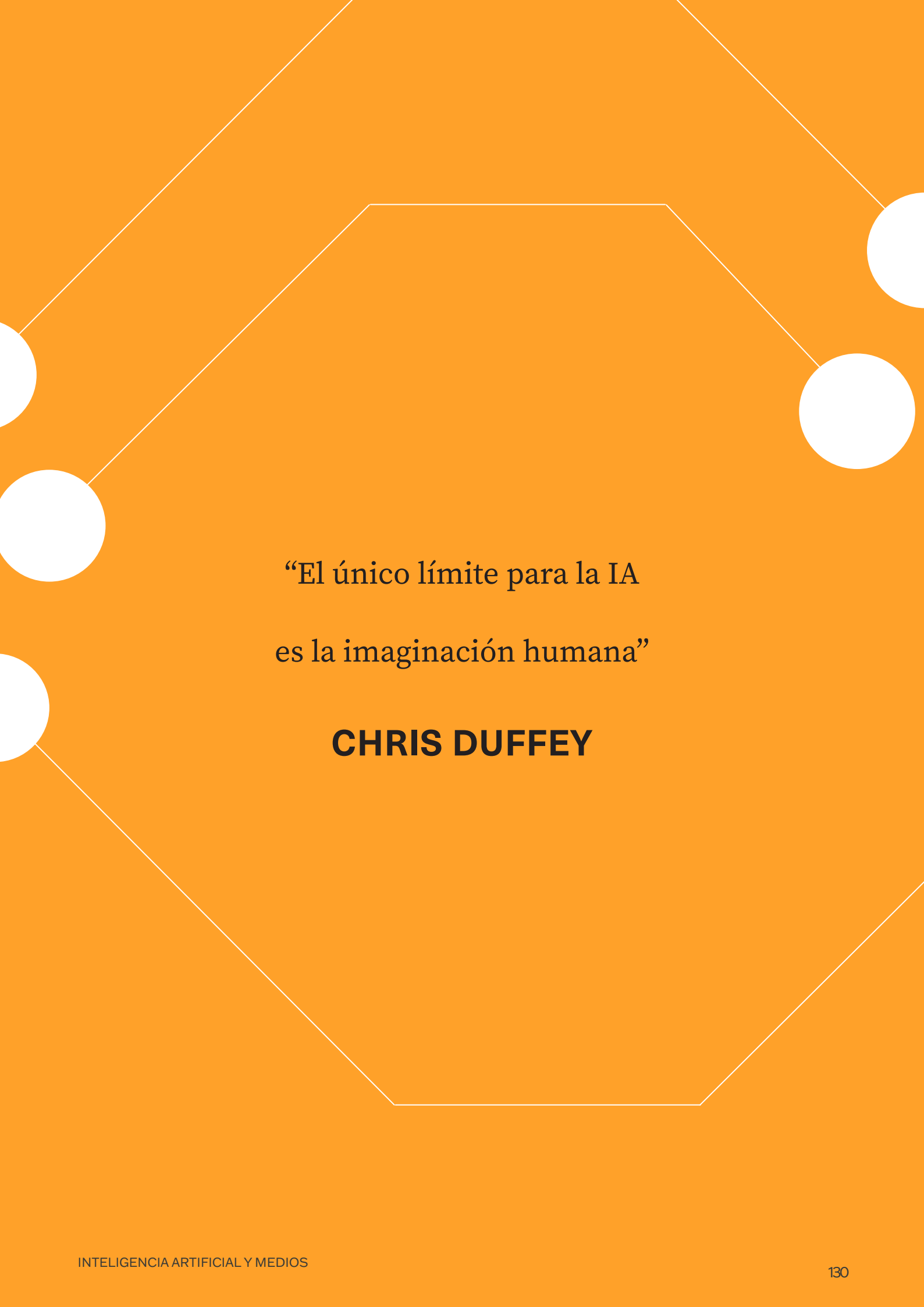
Radio. (2024, 23 febrero). *¡Hola, soy Hiperia, he vuelto!* RTVE.es. <https://www.rtve.es/radio/20240222/hiperia-video-podcast-ia-nueva-temporada/15980403.shtml>

Radio AI. *Jakie były założenia projektu?* (s. f.). Off Radio Kraków. <https://off.radiokrakow.pl/newsy/posluchaj-jak-brzmi-off-radio-krakow-tworzone-przy-udziale-narzedzi-sztucznej-inteligencji>

Redacción. (2024, 28 agosto). *Venezuela: La Chama y El Pana, los presentadores creados con inteligencia artificial que usan algunos medios para evitar la oleada de arrestos del gobierno de Maduro*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/articles/czrg4v6xn1jo>

The Verge. (2024, 23 marzo). *Financial Times tests an AI chatbot trained on decades of its own articles*. <https://www.theverge.com/2024/3/23/24106296/ask-ft-generative-ai-chatbot-answers-tool>

World Association of News Publishers. (2024, 29 julio). *Cómo JP/Politikens aprovechó los primeros conocimientos de IA para crear productos de noticias centralizados*. <https://wan-ifra.org/2024/07/como-jp-politikens-aprovecho-los-primeros-conocimientos-de-ia-para-crear-productos-de-noticias-centralizados/>



“El único límite para la IA
es la imaginación humana”

CHRIS DUFFEY

Oi² Observatorio para la Innovación de
los Informativos en la Sociedad Digital

rtve

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona



gabinete
comunicación
y educación

oi2media.es