

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación

Convocatoria 2022-2024

Tesis para obtener el título de Maestría en Comunicación y Opinión Pública

EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA
Y SU RELACIÓN CON LAS PRÁCTICAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL MEDIO
DIGITAL ECUADOR PLAY

Peñañiel Chuquián Angel Orlando

Asesora: Chavero Ramírez Palmira

Lectores: Estrella Tutivén Ingrid Viviana, Oller Alonso Martín

Quito, mayo de 2025

Dedicatoria

A mi padre, Angel Peñafiel, un verdadero maestro a quien admiro profundamente. Gracias por ser mi guía, inspiración y un modelo de dedicación, conocimiento y compromiso.

Tu apoyo incondicional ha sido un cimiento sólido en mi camino, recordando siempre que el verdadero éxito nace del esfuerzo, la constancia y el amor por lo que hacemos. Esta meta alcanzada es también tuya, pues en cada sacrificio que hiciste por mí floreció una nueva oportunidad para seguir creciendo.

Con profunda gratitud y cariño, dedico este logro a ti Papá.

Índice de contenidos

Resumen	8
Agradecimientos	10
Introducción	11
Capítulo 1. Ética periodística, comunicación digital e inteligencia artificial	17
1.1. Ética y sistemas mediáticos	23
1.2. Ética y espiral del silencio	27
1.3. Ética e inteligencia artificial	30
1.4. Comunicación digital.....	37
1.5. Inteligencia artificial	42
1.5.1. Inteligencia artificial en América Latina	51
1.5.2. La IA dentro de los marcos regulatorios de la UE.....	53
Capítulo 2. Inteligencia artificial en el periodismo ecuatoriano: Ecuador Play	56
2.1. Ética periodística en Ecuador	59
2.2. Caso de estudio	64
2.2.1. Preguntas de investigación.....	65
2.2.2. Objetivos de la investigación	66
2.2.3. Hipótesis de la investigación	67
Capítulo 3. Estrategia metodológica	68
3.1. Metodología a emplear	70
3.1.1 Entrevistas	72
3.1.2. Observación	72

3.1.3. Análisis del discurso	73
3.2. Análisis contextual	74
3.3. Comparación y triangulación.....	75
Capítulo 4. Análisis de los resultados	80
4.1. Factores estructurales	101
4.2. Factores contextuales.....	102
4.3. El sistema político y su impacto en los medios	108
4.4. Impacto del contexto sociopolítico dinámico	109
Conclusiones	135
Referencias	142
Anexos	150
Anexo 1. Cuestionarios.....	150
Anexo 2. Matriz de análisis crítico del discurso.....	159

Lista de ilustraciones

Fotos

Foto 4.1. Edificio donde se encuentran las oficinas Ecuador Play	82
Foto 4.2. Equipo de planta de Ecuador Play en oficina de redacción	132

Ilustraciones

Ilustración 4.1. Imagen sobre caso de Jorge Glas	85
Ilustración 4.2. Publicación sobre el caso de Fabricio Villamar	86
Ilustración 4.3. Meme sobre Andrés Arauz.....	86
Ilustración 4.4. Publicación acerca del proceso de Walter Solís.....	87
Ilustración 4.5. Publicación sobre la sentencia a Wilman Terán y Maribel Barreño	89
Ilustración 4.6. Militar ecuatoriano portando la bandera	90
Ilustración 4.7. Luisa González agradece su apoyo a Carlos Rabascall	93
Ilustración 4.8. Pablo Aníbal Izquierdo detenido por acusaciones de violación y pornografía infantil	99
Ilustración 4.9. Rafael Correa critica la cobertura mediática sobre el caso de Pablo Aníbal Izquierdo.....	100
Ilustración 4.10. Encuestas presidenciales	103
Ilustración 4.11. Intención de voto publicada en X por Ecuador Play	104
Ilustración 4.12. Verificación de la noticia realizada por la Agencia AFP	104
Ilustración 4.13. Publicaciones de Ecuador Play sobre asuntos nacionales	106
Ilustración 4.14. Reto de Lucio Gutiérrez a Rafael Correa y declaraciones de Daniel Noboa	106
Ilustración 4.15. Declaraciones de Guillermo Lasso y situación de violencia en Ecuador.....	107
Ilustración 4.16. Representación de Leonidas Iza y Nicolás Maduro con un entorno generado por IA.....	112

Ilustración 4.17. Noticia recreada con IA y difundida por Ecuador Play	119
Ilustración 4.18. Captura de imagen de aclaración y disculpas del medio.....	120
Ilustración 4.19. Publicación sobre Pabel Muñoz y la remodelación del colegio Benalcázar	121
Ilustración 4.20. Reacciones a la noticia publicada por Ecuador Play	124
Ilustración 4.21. Publicidades generadas con inteligencia artificial	126
Ilustración 4.22. Diseño generado con IA en menos de diez minutos	130

Tablas

Tabla A 2.1. Matriz de análisis	160
Tabla A 2.2. Tipos de discurso.....	166
Tabla A 2.3. Voces identificadas	166

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Esta tesis se registra en el repositorio institucional en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior que regula la entrega de los trabajos de titulación en formato digital para integrarse al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador, y del artículo 166 del Reglamento General Interno de Docencia de la Sede, que reserva para FLACSO Ecuador el derecho exclusivo de publicación sobre los trabajos de titulación durante un lapso de dos (2) años posteriores a su aprobación.

Quito, mayo de 2025

Resumen

En el contexto de la investigación de tesis en Comunicación y Opinión Pública en FLACSO Ecuador, se pretende analizar cómo el uso de la inteligencia artificial (IA) podría modificar la construcción de noticias y las prácticas éticas en el medio de comunicación digital Ecuador Play, partiendo de un análisis de discurso realizado a partir de entrevistas realizadas en el lugar de trabajo de los comunicadores de dicho medio. Con base en teorías contemporáneas, el objetivo general es examinar la influencia de la IA en la elaboración de noticias y las prácticas éticas del medio.

Para ello, los objetivos específicos incluyen evaluar las percepciones de los comunicadores sobre la eficiencia y la calidad del contenido generado con IA, identificar los dilemas éticos mencionados por los entrevistados, como la precisión, la veracidad y la responsabilidad en el uso de IA, y evaluar las estrategias y políticas implementadas por Ecuador Play para abordar estos desafíos éticos. El análisis del discurso y la observación revelan una perspectiva práctica del medio hacia el uso de la IA en la producción de contenido, adoptando una postura cautelosa, especialmente en la redacción de textos periodísticos. Según su enfoque, la IA se emplea preferentemente en la creación de diseños y artes gráficas, mientras que los textos noticiosos se redactan manualmente.

Esta decisión se basa en la creencia de que el proceso de redacción manual asegura una verificación y contraste rigurosos de la información, esenciales para mantener la integridad y la precisión en un contexto informativo donde la cultura de lectura podría estar limitada. Además, la respuesta de Ecuador Play, al reconocer errores y mostrar disposición a aprender y mejorar en el uso de la IA, refleja una actitud proactiva hacia la transparencia y la responsabilidad. No obstante, esta situación pone de manifiesto la necesidad de establecer un código deontológico propio, para guiar el uso ético y responsable de la IA en el medio.

La teoría establece que las herramientas de inteligencia artificial no pueden decidir de forma autónoma la veracidad de una noticia, requiriendo la intervención humana para validar la información mediante fuentes confiables y verificables (Bañuelos 2017). En Ecuador, donde la regulación y el debate sobre estas tecnologías son limitados, es importante manejar con cuidado la IA en el periodismo para evitar desinformación y mantener la confianza del público.

Además, el cambio hacia medios digitales por parte de las audiencias jóvenes aumenta la importancia de una supervisión ética y responsable (De la Garza et al. 2019). En este análisis se busca comprender las implicaciones del uso de IA en la práctica periodística de Ecuador Play, proporcionando un marco teórico y práctico que permita abordar los desafíos éticos y operativos en la construcción de noticias en la era digital.

Agradecimientos

A Dios, mi creador, por darme la vida, la fortaleza y la oportunidad de alcanzar este logro académico, permitiéndome vivir esta gran bendición en un mundo donde la educación es nuestra mayor esperanza.

A mi familia, por su apoyo inquebrantable, su paciencia y sus palabras de aliento en cada momento del camino.

A mi tutora, por su invaluable guía, paciencia y dedicación, elementos clave en la construcción de esta investigación. A mis profesores y mentores, por compartir su conocimiento y brindarme herramientas para mi desarrollo profesional.

Agradezco a la academia por ofrecerme el espacio y las instalaciones necesarias para continuar con mi formación.

A Ecuador Play, por abrirme sus puertas y contribuir al desarrollo de este estudio innovador.

A mis amigos y compañeros de maestría, quienes con su apoyo, consejos y compañía hicieron de este proceso un viaje enriquecedor y significativo.

A todos los que, de una u otra manera, han sido parte de este logro, mi más sincero agradecimiento.

Introducción

El potencial de implementación de la inteligencia artificial (IA) en los medios de comunicación se encuentran ligados “con el consecuente desarrollo de la sociedad de la información y el beneficio que esto implica” (Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Economía Digital 2021, 6) lo que ha generado una serie de desafíos éticos que merecen una atención cuidadosa y exhaustiva. En este análisis, se examina la posibilidad de que los riesgos éticos se encuentren ligados al uso cada vez más común de herramientas basadas en IA en los medios de comunicación del Ecuador. Estos medios, en su búsqueda por mantenerse al día con las tendencias en este mundo globalizado, han adoptado la tecnología de la IA con mayor frecuencia. El propósito detrás de esta adopción es mejorar la calidad de sus contenidos; buscando eficiencia y precisión en la entrega de información a su audiencia.

En este contexto, surge la necesidad de responder a las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta general

¿De qué manera se relaciona con la construcción de la noticia y las prácticas relativas a la ética periodística el uso de la IA en el medio de comunicación digital Ecuador Play?

Preguntas específicas

- ¿Qué implicaciones tiene la incorporación de la inteligencia artificial en Ecuador Play en la precisión, imparcialidad y veracidad de las noticias, y cuáles son los principales desafíos éticos que han surgido para los profesionales del medio durante su implementación?
- ¿De qué manera el uso de la inteligencia artificial en Ecuador Play interviene en la toma de decisiones editoriales y la selección de noticias, y cómo se garantiza que estos procesos cumplan con los estándares éticos del periodismo?
- ¿Qué mecanismos y directrices ha implementado Ecuador Play para asegurar la transparencia y la responsabilidad en el uso de la IA en la redacción y publicación de contenidos, y cómo perciben los periodistas y editores estas medidas en relación con su compromiso ético?

Uno de los principales desafíos éticos radica en la transparencia y la responsabilidad. A medida que se emplean algoritmos y sistemas de IA para generar contenido, es esencial garantizar que el público sea plenamente consciente de este aspecto que puede socavar la confianza y distorsionar la percepción de la realidad al situar “en un marco científico y metodológico simplificador respecto del objeto de estudio y excluyente para otras áreas de conocimiento” (Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Economía Digital 2021, 7).

Otro punto crítico se encuentra en la discriminación y el sesgo inherentes a los algoritmos de IA. Estos sistemas aprenden de los datos con los que son alimentados, lo que puede llevar a resultados sesgados si los conjuntos de datos contienen los prejuicios de quienes se encargan de suministrar los datos. En el contexto de los medios de comunicación, esto podría traducirse en la propagación involuntaria de estereotipos culturales, sociales o raciales, lo que va en contra de los principios éticos de imparcialidad y diversidad.

Los medios de comunicación han comenzado a incorporar memes generados por IA para aumentar la interacción y el compromiso de los lectores. Al utilizar memes contextuales relacionados con noticias de última hora o eventos populares, los portales logran presentar la información de manera más atractiva y compartible. Sin embargo, es crucial que estos memes mantengan la veracidad y no distorsionen los hechos, evitando la propagación de desinformación.

Otro aspecto importante es el impacto que la IA puede tener en el empleo puesto que a medida que se automatizan ciertas tareas, existe la preocupación sobre la posible pérdida de puestos de trabajo en el sector periodístico, lo que plantea preguntas éticas sobre la responsabilidad social de las organizaciones de medios y cómo podrían mitigar los posibles efectos negativos en los trabajadores.

Por tanto, la posible adopción de la IA en los medios de comunicación ecuatorianos puede representar tanto un avance tecnológico como un desafío ético complejo. La transparencia, la imparcialidad, la privacidad y la responsabilidad social son valores fundamentales que deben ser preservados en este proceso de cambio a través de una cuidadosa consideración de estos aspectos éticos, para aprovechar plenamente el potencial de la IA mientras se protegen los derechos y la confianza de sus audiencias.

Estas plataformas analizan tendencias actuales y adaptan el contenido para resonar con las emociones y el contexto cultural de la audiencia.

Aunque la IA ya se había venido desarrollando desde hace algunos años atrás, es a finales del año 2022 cuando toma mayor relevancia al ser liberada, para el público en general, una de sus herramientas, denominada Chat GPT, que es un modelo de lenguaje entrenado con una gran cantidad de datos de texto para poder realizar una amplia variedad de tareas relacionadas con el lenguaje natural.

Como lo señala la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

El uso de inteligencia artificial en redacciones periodísticas está avanzando en todo el mundo. La automatización de tareas repetitivas, la recopilación de noticias y la distribución de contenidos para suscriptores/as son algunos de sus usos más frecuentes. Su potencial en el mundo crece y está en desarrollo. Sin embargo, en América Latina, los medios de comunicación todavía están dando los primeros pasos en la materia. Según el informe *Uso de la inteligencia artificial en los medios de comunicación en América Latina*, elaborado por International Media Support (IMS), la región está ávida de conocimientos y formación a nivel de organizaciones y profesionales de periodismo (UNESCO 2022, 1).

En este sentido, es necesario comprender los riesgos y el impacto que podrían tener tanto para los usuarios como para los medios el uso de Chat GPT o cualquier otra herramienta empleada para desarrollar el trabajo periodístico, ya que esta capacidad de generar textos o imágenes de manera coherente, o haciéndolos parecer naturales, es la que supone un riesgo ético dentro de un contexto comunicacional en el que quienes elaboran los distintos contenidos de noticias y artículos para los medios de información masiva están utilizando la herramienta creada por la organización de investigación en inteligencia artificial Open AI como “un producto social en el que se ven involucrados distintos grupos de interés y en el que entran en juego fuerzas de origen social, político y económico” (Craglia et al. 2018). Por esto, es preciso informar políticas y prácticas responsables en la industria de los medios, ya que “una cultura de datos debe estar precedida por una concienciación en el aprendizaje de aplicaciones de noticias, algoritmos o el tratamiento del Big Data, elementos que configuran nuevos paradigmas entre los periodistas de los medios en Internet” (Flores 2018, 268).

Es por ello que se torna necesario estudiar si los medios han desarrollado un código de ética específico para utilizarlo en este entorno. Partiendo de esto, el presente trabajo se centra en realizar un análisis en profundidad del contenido creado con IA por un medio digital ecuatoriano, desde el punto de vista de la ética periodística, a fin de averiguar si el uso de herramientas de IA implica riesgos éticos significativos relacionados con el código deontológico o los principios periodísticos, sobre todo si se toma en consideración que el perfeccionamiento de dichas herramientas asume constantemente mayores competencias y es capaz de realizar tareas cada vez más complejas. Estos riesgos se categorizaron en cuatro niveles: mínimo, limitado, alto e inaceptable.

Debido a los motivos señalados, la investigación toma en consideración la forma en que la IA es utilizada en la construcción de los contenidos de diseño gráfico para las noticias del medio y cómo afecta esto a su a las prácticas periodísticas como tal, partiendo desde estos tres elementos: periodista, medio e inteligencia artificial. Además, es preciso tener presente que debido a que los “creadores” son personas con intereses particulares que toman las decisiones en cuanto a las herramientas que construyen, no se puede hablar de una neutralidad de la IA y el riesgo potencial que esto puede representar. Por ello, Argandoña (2019) sostiene que “para el profesional de la comunicación la ética es voluntaria pero no opcional: es una exigencia de la excelencia”.

En el vertiginoso avance de las tecnologías de la información y la comunicación, la inteligencia artificial (IA) se ha posicionado como una herramienta revolucionaria, transformando diversos sectores, entre ellos, el periodismo. La integración de la IA en los procesos periodísticos no solo promete una mayor eficiencia y capacidad de respuesta, sino que también plantea serios desafíos éticos y profesionales. Este estudio se centra en analizar cómo la IA afecta la construcción de noticias y las prácticas éticas en Ecuador Play, un medio de comunicación digital emergente en Ecuador compuesto por jóvenes profesionales de la comunicación social, el periodismo y diseño gráfico.

El uso de la IA en la redacción y edición de imágenes en noticias ha permitido a los medios de comunicación automatizar tareas, mejorar la personalización de contenidos y optimizar la toma de decisiones editoriales. Sin embargo, esta adopción tecnológica no está exenta de controversias.

La precisión, imparcialidad y veracidad, principios fundamentales del periodismo, pueden verse comprometidos.

Este estudio es relevante por varias razones. Primero, se enmarca en un contexto tecnológico y social en constante evolución, donde la IA juega un papel cada vez más crucial en la producción y distribución de noticias. Segundo, ofrece una perspectiva crítica sobre los desafíos éticos que enfrentan los medios de comunicación al adoptar estas tecnologías, proporcionando un análisis detallado y contextualizado del caso de Ecuador Play. Tercero, los hallazgos de esta investigación pueden servir de referencia para otros medios de comunicación que buscan integrar la IA en sus procesos periodísticos, ofreciendo una introspección sobre mejores prácticas y estrategias para garantizar la ética en el periodismo digital.

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo el uso de la inteligencia artificial modifica la construcción de noticias y las prácticas éticas en el medio de comunicación digital Ecuador Play.

La metodología de esta investigación se basará en un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas y observaciones a comunicadores de Ecuador Play donde funcionan sus instalaciones. Estas entrevistas permitirán captar las percepciones y experiencias de los profesionales en relación con el uso de la IA y los dilemas éticos asociados.

El análisis de los datos se llevará a cabo mediante la codificación temática, identificando patrones y temas recurrentes que permitan una comprensión profunda de los desafíos éticos y operativos en la integración de la IA en Ecuador Play. Este enfoque permitirá no solo describir el fenómeno, sino también interpretar las implicaciones éticas y profesionales de la tecnología en el periodismo digital.

Asimismo, se analizarán las teorías de la ética periodística, que proporcionan un marco para evaluar la precisión, imparcialidad y veracidad en la práctica periodística.

En este contexto, la IA es una herramienta que transforma la dinámica de la producción de noticias y las responsabilidades éticas de los periodistas.

La presente investigación busca profundizar este entendimiento a través de una combinación de entrevistas cualitativas, observación y análisis de discurso, se espera ofrecer una visión integral y crítica de los desafíos y oportunidades que presenta la IA para el periodismo en la era digital.

Los resultados de este estudio contribuirán al conocimiento académico en el campo de la comunicación social y la opinión pública, y también proporcionarán información sobre lo que produce la implementación de la IA en la práctica para los medios de comunicación que enfrentan la integración tecnológica en su trabajo.

Capítulo 1. Ética periodística, comunicación digital e inteligencia artificial

La trascendencia de la ética periodística puede considerarse como inherente a la reflexión filosófica, por lo que se inicia con el análisis de la perspectiva o corriente Kantiana para la que la ética se encuentra basada en deberes y principios universales que destacan la importancia de tratar a cada persona como un fin en sí misma y no como un medio, lo que fue manifestado en su imperativo categórico de obrar de tal modo que se use a la humanidad, tanto en la persona de cada uno, como en la persona de cualquier otro, siempre al mismo tiempo como fin y nunca simplemente como medio (Kant 1785). En este sentido, Immanuel Kant sostiene que las acciones deben ser guiadas por el deber y la voluntad de hacer lo correcto, independientemente de las consecuencias, lo que se complementa con lo señalado por Sánchez (1969, 55) quien manifiesta que “ética es la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad. O sea, es ciencia de una forma específica de conducta humana”.

La concepción kantiana de la persona moral ha evolucionado hacia la noción de interlocutor válido, un individuo que posee habilidades comunicativas y puede respaldar en el diálogo la necesidad de adherirse a las demandas racionales y cordiales de validez argumentativa (Pereira y Pérez 2022, 75-92). Este enfoque ético, conocido como “ética discursiva”, “dialógica” y “comunicativa”, se basa en el ideal del diálogo como medio de comunicación y emplea la razón práctica y no se adscribe estrictamente a la perspectiva aristotélica o kantiana, sino que se fundamenta en “una razón práctica comunicativa, cuya fuerza vinculante se presupone en el uso del lenguaje y se descubre mediante reflexión reconstructiva, incluso a través de una peculiar genealogía de la razón” (Conill 2021, 116). En el contexto de la ética discursiva, “la razón práctica se guía por la noción de justicia comunicativa, adoptando una perspectiva colectiva que supera las barreras sociales y las limitaciones de las comunidades locales”, como sostiene Habermas (2019, 786). Esta perspectiva ampliada del “nosotros” enriquece la comprensión de la ética discursiva y subraya la importancia del diálogo y la comunicación en la construcción de un fundamento moral sólido y compartido.

En consecuencia, es importante destacar que la ética discursiva se asemeja a la ética universalista propuesta por Kant, sin embargo, se diferencia en su enfoque al integrar el consecuencialismo, que implica considerar la satisfacción de los intereses de las personas afectadas. Este enfoque

ético redefine el imperativo categórico mediante un proceso dialógico, en el cual se tiene en cuenta la “voluntad racional”, es decir, lo que “todos podrían desear”. En efecto, la declaración de Kant referente a obrar de tal manera que la actuación individual de las personas pueda comprenderse como una ley aceptada universalmente continúa teniendo sentido en esta era del conocimiento y la información en la que “la incidencia de la inteligencia artificial y robótica, debe adaptar su transformación al interés y beneficio de la persona, y respetándose unos valores o principios éticos aceptados socialmente como válidos” (Lledó y Monje 2020, 17).

En este contexto, la ética periodística es un tema que ha pasado por múltiples análisis y debates desde diferentes frentes y en distintos momentos. Debido a estos aspectos es un campo crucial y multidimensional que se enfoca en los principios y valores morales que deben guiar la práctica periodística. Se comparte con Cotera que la ética periodística es:

Un conjunto de preceptos, valores y fundamentos estructurados en función de la posición y de la producción social que realizan los periodistas para su acción profesional. Siendo así aquellos que se encargan de la formalización de hechos de la realidad, bajo determinadas reglas y formatos, filtrados por categorías tales como la novedad, la relevancia, la actualidad o lo inusual, las normas y preceptos se refieren, precisamente, a la densidad de esta labor que no sólo informa, sino que también interpreta y enjuicia (Cotera 2020, 34).

Por lo tanto, los medios en su papel de empresas que operan con la información y la comunicación adquieren un compromiso moral asociado a la naturaleza de estos bienes “cuyos objetivos empresariales deben estar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental” (Aznar 1999, 174) dada su relevancia e influencia sociales, ya que “la circulación de contenidos informativos completos y proporcionados, en un contexto que les dé significado, contribuye al entendimiento de los asuntos públicos y facilita la participación de los ciudadanos en el debate público democrático” (Hanitzsch et al. 2010, 274). Se puede decir así que este compromiso es una especie de contrato informal de la empresa con los colaboradores de los medios y con el público, convirtiéndose en un freno que la limite “frente a la posible tentación de someter el medio a las exigencias variables del marketing, el mercado, la política o cualquier otro condicionamiento externo, con el simple objetivo de aumentar sus beneficios u obtener cualquier otra ventaja” (Villanueva 2003, 361).

Este compromiso público supone también un beneficio para quienes laboran en los medios ya que pueden disponer de un enunciado lo suficientemente claro para orientar su redacción, desarrollar una labor cualificada y dar lugar así a garantías deontológicas del periodismo tales como la libertad de conciencia ya que

En el seno de la empresa informativa, editores y periodistas deben coexistir, teniendo en cuenta que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o los propietarios queda limitado por las exigencias insoslayables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo cual es esencial para respetar el derecho fundamental de los ciudadanos a la información (Aznar 1999, 174).

Como resultado de esto, se señalan los siguientes elementos de interés ético:

1. En el proceso de recogida de información:
 - a. Respeto de los datos: fiabilidad, respeto por la privacidad, empleo de métodos apropiados para conseguir los datos, posibles prejuicios, derechos y autoría de los datos e implicaciones económicas.
 - b. Respeto de la actuación del periodista: transparencia, objetividad, responsabilidad, exactitud, posibles prejuicios, autoría y derechos del software o técnicas empleadas e implicaciones éticas.
2. En la elaboración de la información: control y comprobación del software y de las técnicas empleadas.
3. A la hora de difundir la información: autoría de los resultados, transparencia (revelación de la fuente de la información y de los métodos o sistemas informáticos en el caso de que se hayan empleado), adecuación a las normas legales y monitorización externa de esos resultados (Díaz y Chaparro 2018, 1143).

Cortina (2000, 8) complementa lo señalado por estos autores, al señalar que “el profesional debe vivir su actividad como vocación, en el sentido de que debe contar con las aptitudes requeridas para proporcionar ese bien y debe ser consciente de la valía que presta, anteponiendo a su interés egoísta”.

En el contexto del mundo de los medios de comunicación, un medio efectivo requiere una integración y coordinación cuidadosa bajo un proyecto común que oriente sus acciones con un equilibrio adecuado. En este sentido, la ética periodística se basa en códigos establecidos y

normas que guían la práctica del profesional de la comunicación. Estos principios éticos sirven como brújula, orientando al comunicador para que, en línea con su formación personal, actúe de manera correcta. Esto implica la aplicación sincera y convencida de valores fundamentales como la responsabilidad, la verdad, la honestidad y la independencia. Además, es esencial que el profesional muestre en todo momento un profundo respeto por el ser humano y sus derechos. En última instancia, esta ética periodística se convierte en el pilar fundamental que sustenta la integridad y la credibilidad de cualquier medio de comunicación, permitiendo así que cumpla con su papel vital de proporcionar a la sociedad información precisa y confiable. Es por ello que se comparte con Oller et al. (2015, 23) que las normas éticas propias adecuadas a la idiosincrasia de la propia cultura periodística tienen su base en el grado de empoderamiento que el periodismo logra con la ciudadanía a partir de sus propias fortalezas, en lugar de crear una audiencia pasiva de consumidores.

Con base en esto puede decirse que la ética es el conjunto lógico de principios fundamentales que sirven como base para dirigir las actitudes y acciones tanto individuales como sociales en las que “los seres humanos no sólo deben regirse por los instintos, las costumbres y la memoria en su comportamiento individual y colectivo” (Rodríguez 2004, 5) sino que además buscan proporcionar una orientación y establecer criterios mediante los cuales se pueden evaluar y juzgar dichas actitudes y acciones. En este sentido, se mencionan tres niveles de estudio de la ética en sí: el primero de carácter sociológico, destinado a observar, describir, analizar e interpretar los comportamientos aceptados en un grupo o comunidad. El segundo, corresponde al ámbito jurídico y se aproxima al ordenamiento de la vida social a través de la prescripción, la regulación y la sanción de esos comportamientos; y el tercero, que entra al propio plano de la ética, como reflexión filosófica de aquello que es “justo” o “injusto” con relación a la dignidad humana y que por lo tanto trasciende los dos campos anteriormente mencionados (Pérez 1986, 95-97).

Entre estos niveles de estudio de la ética cabe destacar los principios editoriales que no son más que un tipo de acuerdo que los medios establecen tanto con sus colaboradores como con su audiencia objetivo. Este pacto implica un compromiso inquebrantable de salvaguardar la integridad comunicativa, intelectual e ideológica de dichos medios. Además, subyace en este compromiso implícito la promesa de respetar no solo la esencia de la información transmitida, sino también el medio a través del cual se difunde. En este sentido, la observancia de estos

principios se convierte en un pilar fundamental que sustenta la relación recíproca entre los medios de comunicación y aquellos a quienes se dirigen, consolidando así una conexión de confianza entre los medios y su público; es decir que “los principios editoriales establecen la línea editorial genérica de un medio a lo largo del tiempo y entrañan un compromiso libremente asumido por la empresa, de respetar y ajustarse en circunstancias normales a esa determinada oferta comunicativa que se ha hecho pública” (Villanueva 2003, 362).

El compromiso público inherente a los principios editoriales no solo reporta beneficios al medio en sí, sino que también impacta positivamente en aquellos que desempeñan su labor profesional en su seno. En primer lugar, al proclamar la dimensión comunicativa, intelectual e ideológica de un medio, se reconoce de manera implícita que aquellos que se incorporan a él están comprometidos con la realización de un trabajo de calidad y especializado de acuerdo con lo dicho por Conill. En segundo lugar, resulta beneficioso para los profesionales contar con una formulación clara de los principios que deben guiar su labor en la redacción como lo señaló Habermas (2019). Aunque en todos los medios existe una tradición y cultura de redacción que orienta de manera implícita la labor de sus integrantes, contar con una formulación explícita y pública de los principios editoriales del medio puede proporcionar una guía más sólida y transparente. Los periodistas tienen la responsabilidad profesional de ajustar su trabajo a estos principios editoriales. A pesar de que existe una cierta tradición y cultura en los medios que guía implícitamente la labor de quienes se integran, contar con una formulación explícita y pública de los principios editoriales del medio puede aumentar la sensación de seguridad de los periodistas. Además, otra ventaja para los profesionales es el refuerzo que estos principios pueden aportar a otras garantías deontológicas del periodismo, especialmente a la cláusula de conciencia, puesto que

en el seno de la empresa informativa, editores y periodistas deben coexistir, teniendo en cuenta que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o los propietarios queda limitado por las exigencias insoslayables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo cual es esencial para respetar el derecho fundamental de los ciudadanos a la información (Aznar 1999, 174).

De esto se desprende que el criterio ético de las personas pertenece a la voluntad y a la inteligencia e implica la interacción entre seres humanos mediante el uso de la razón y “toma

especial protagonismo dentro del contexto mediático actual debido a la creciente influencia procedente de los agentes económicos y los diferentes focos de poder” (Oller et al. 2015, 1). Por tal motivo, es menester mencionar que lo manifestado por el filósofo canadiense Marshall McLuhan con respecto a que *el medio es el mensaje*, cobra especial énfasis en esta época de inteligencia colectiva en la que “Internet es un medio donde cualquiera puede comunicarse y no hay ningún Estado que interfiera. Nos podemos comunicar sin que un editor o productor lo impida” (Álvarez 2008, 10). En el entorno digital actual, el criterio ético de las personas adquiere una importancia significativa, ya que implica la interacción entre individuos mediante el uso de la razón. Esto cobra relevancia debido a la creciente influencia de agentes económicos y distintos focos de poder en los medios de comunicación de la era de la inteligencia colectiva, donde Internet se posiciona como un medio en el que cualquier persona puede comunicarse sin la interferencia de un editor o productor. En este sentido, hay tres puntos de importancia dentro del criterio ético:

- 1.- Que las acciones de la voluntad tiendan al bien concebido y comprendido por la recta razón.
- 2.- Que tenga la obligación interior de realizar un acto moral
- 3.- Que se esté realizando el bien para satisfacer un fin honesto (Brajnovic 1969, 46).

Como se puede apreciar, la deontología entendida como los “deberes profesionales extrajurídicos y éticos, pero mínimamente exigibles dentro de cada profesión” (Vásquez 1991, 101) cobra especial importancia en el ámbito de los medios ya que se despliega como un campo crucial que no solo examina los cimientos éticos que guían la conducta de los profesionales de la comunicación, sino que también arroja luz sobre las complejas interacciones y responsabilidades que dichos profesionales enfrentan en el ejercicio de sus funciones dentro del ámbito mediático.

Este aspecto normativo que defiende el derecho a la información veraz se justifica por el papel esencial que desempeñan en la sociedad los profesionales de la comunicación al proporcionar información que puede influir en la opinión pública, por lo que tienen la responsabilidad de informar con la mayor precisión, equidad y responsabilidad posibles. Por tanto, los códigos deontológicos y éticos orientan la conducta y la toma de decisiones de estos profesionales, pues han sido desarrollados para garantizar la veracidad, imparcialidad y respeto a los derechos fundamentales en la labor informativa, lo que conlleva a los periodistas a tomar en consideración

la preparación adecuada, el ejercicio competente y honesto de la profesión, la entrega al trabajo profesional, la realización de las prestaciones a favor del bien común y al servicio de la sociedad, el constante perfeccionamiento del propio saber profesional, la exigencia justa de no solo obtener prestigio profesional, sino también de los medios materiales para una vida digna (Díaz 2004).

1.1. Ética y sistemas mediáticos

La prensa no solo es el arma más poderosa contra la tiranía y el despotismo, sino el instrumento más eficaz y más activo del progreso y la civilización

–Francisco Zarco.

Es necesario señalar la importancia del sistema mediático debido a que se considera que el sistema comunicativo no es totalmente independiente del sistema político con el que debe armonizar de alguna manera sus acciones, pues no es posible “modificar el sistema comunicativo de un país de forma caprichosa, sin tener en cuenta su evolución histórica y el contexto social y político en el que se inserta” (Busquet 2010, 166). Por esto se parte de la premisa de que los medios no se pueden comprender “sin tener un conocimiento de la naturaleza del Estado, del sistema de partidos políticos, de las relaciones entre intereses económicos y políticos, y del desarrollo de la sociedad civil, entre otros elementos de la estructura social y la historia” (C. Rodríguez 2014, 191). En este contexto, Hallin y Mancini (2008, 15) proponen “una síntesis teórica y un marco para la investigación comparativa sobre los sistemas de medios de comunicación y los sistemas políticos”.

Este enfoque teórico es relevante en el contexto actual, donde la ética y la deontología periodística son temas fundamentales ya que, según el estudio mundial sobre la preparación del personal de información de la UNESCO, la ética es una disciplina necesaria en el periodismo, y su enseñanza se ha vuelto un aspecto central en la formación de los profesionales de la comunicación (Redondo, Sánchez y Etura 2017, 237). Asimismo, la creciente implantación de códigos éticos en el ciberperiodismo refleja la importancia de abordar los desafíos éticos en el ejercicio periodístico (Parra, Real y López 2017, 8), por lo que estos elementos subrayan la relevancia de la propuesta de Hallin y Mancini en el ámbito académico y profesional de la comunicación, al proporcionar un marco para abordar las complejas interrelaciones entre los sistemas de medios y los sistemas políticos desde una perspectiva ética y deontológica.

La importancia de este aspecto en el campo del periodismo ético radica en que a menudo los medios se identifican con tendencias ideológicas, políticas o de mercado, por lo que la noción de un periodismo políticamente neutral es poco plausible. Los ya citados Hallin y Mancini describen tres modelos mediáticos: El modelo pluralista polarizado, el modelo democrático corporativo y el modelo liberal.

El modelo pluralista polarizado configura un sistema político complejo, con muchos partidos que rivalizan por el poder y, a menudo, existen facciones enfrentadas dentro de los mismos partidos. El modelo pluralista polarizado se caracteriza también por la existencia de una prensa orientada hacia una élite dirigente con tiradas relativamente cortas. En este modelo se da un alto grado de vinculación o de «paralelismo político». Mientras a nivel teórico se defiende una concepción liberal de los medios de comunicación, en la práctica prevalece una concepción instrumental de los mismos, entendidos principalmente como mecanismo de influencia política o como mecanismo de promoción comercial. En el modelo democrático corporativo existe un fuerte desarrollo del profesionalismo, y un papel activo por parte del Estado (aunque legalmente limitado). Este modelo comunicativo híbrido, propio de los países donde ha existido una importante tradición de Estado del bienestar, ha sido, pese a su importancia, relativamente poco estudiado en el campo de la investigación comunicativa. El modelo liberal se caracteriza por el relativo dominio de los mecanismos de mercado y por la hegemonía de las empresas de comunicación de carácter comercial. La intervención estatal en el sistema mediático es baja. En la mayoría de casos existe un paralelismo político muy limitado y, finalmente, se da un desarrollo importante del profesionalismo en el campo del periodismo (Busquet 2010, 167-168).

Cabe señalar que estos tres modelos fueron fruto del estudio realizado por Hallin y Mancini en países europeos y norteamericanos, por lo que los medios de América Latina al no encajar directamente en alguno de ellos podrían ser considerados pertenecientes a una tipología híbrida que presenta características del modelo pluralista polarizado y del modelo liberal, con un retorno del Estado, pero sin una institucionalidad definida, sino desde una posición clientelar con medios gubernamentales en auge, con lo que los medios tradicionales han perdido influencia en la definición de la agenda y las decisiones, así como relevancia social y en su lugar han surgido nuevos referentes mediáticos latinoamericanos que buscan dar voz a sectores que antes no eran escuchados (Guerrero 2023, 181), lo que indica un cambio en el panorama mediático de la región debido a que, según Cañizales (2022) el poder mediático de los medios tradicionales en América

Latina ya no es lo que era al carecer de la relevancia social de antaño, sumada a su paulatina pérdida de influencia en la definición de la agenda y las decisiones políticas. Por tanto, desde el punto de vista de los sistemas mediáticos, es necesario que

las teorías y las políticas de comunicación sean incluyentes, participativas y se encuentren al servicio de la ciudadanía digital mediante leyes, políticas y regulaciones que fortalezcan a través de la autonomía, sostenibilidad y regulación de un control experto neutral e independiente (no gubernamental) los distintos modelos para contribuir así a reducir la brecha digital, favorecer la interacción ciudadana y enriquecer la mediación social. Dicho de otra manera: desarrollar la creatividad y validar la responsabilidad social de la calidad del servicio público ante los ciudadanos y no solo ante los gobiernos o los políticos de turno (Campos 2009, 11).

En este contexto, los medios tienen la capacidad de generar representaciones que moldean la formación de ideas en la sociedad, ofreciendo discursos, textos, imágenes y narrativas que modelan la manera en que el público percibe diversos temas, ya que “despliegan todo su poder clasificatorio y estigmatizador bajo la coartada de su exclusiva mediación tecnológica” (Reguillo 2002, 76) para crear lazos directos de representación en contextos en los cuales la gente común se encuentra expuesta de manera significativa y depende altamente de estos medios, a los que les ha concedido su credibilidad, en un entorno en el que dichos medios son usados con la intención de transformar la representación política en un show mediático (De la Torre 2008, 37-38).

Por tanto, es recomendable que estos aspectos no sean considerados como una cuestión meramente privada, sujeta a la interpretación individual y a los criterios de quienes a través de la citada mediación tecnológica pueden valerse de ella para influir con sus criterios y puntos de vista en quienes tengan bajos niveles educativos y poco acceso a medios alternativos de información (Lawson 2002, 201). Desde el punto de vista ético, esto se presenta como un tema complejo que involucra a numerosos actores y perspectivas. En este sentido, es necesario señalar que, en cuanto a los sistemas mediáticos, la ética es un asunto colectivo que no puede ser impuesto de manera autoritaria, sino que requiere ser objeto de discusión, confrontación e incluso reinención en determinadas circunstancias. Esto se vuelve especialmente relevante en el contexto actual, marcado por la omnipresencia del mundo digital, el cual ha transformado radicalmente la forma de interactuar y percibir el mundo.

Surge entonces la interrogante de si estos aspectos demandarán la creación de una nueva ética adaptada a la nueva realidad o si, independientemente de las técnicas y avances tecnológicos, los principios éticos tradicionales relacionados con la verdad, el servicio a la sociedad, así como el ejercicio de la justicia y la libertad, deben seguir siendo relevantes y aplicables. En consecuencia, es necesario explorar y analizar en profundidad dichas cuestiones éticas en un diálogo abierto y reflexivo que involucre a la sociedad en su conjunto, a fin de establecer un marco ético que sea genuinamente relevante y aplicable en el mundo digital y más allá. En este sentido, se plantean preguntas como:

- ¿Quién debe adaptarse: la ética a las nuevas técnicas, o estas a la ética
- ¿Existe algún código de ética de internet?
- ¿Para los periodistas que trabajamos en páginas web de información, sirven los códigos tradicionales o se necesita un código nuevo? (Restrepo y Botello 2018, 28).

Como respuesta a estas interrogantes, los sistemas mediáticos pretenden preservar los principios básicos del periodismo que son: “verdad y precisión, independencia, equidad e imparcialidad, humanidad y responsabilidad” (Ethical Journalism Network 2018) en medio del actual panorama en el que los cambios tecnológicos desnudan las carencias en habilidades digitales que tienen algunos comunicadores y en el que muchas de las buenas prácticas del periodismo den la apariencia de estar desapareciendo, debido a la creciente influencia de las redes sociales.

Tomando en consideración estos aspectos, hay que tener presente en todo momento que la ética periodística está basada en

los principios de búsqueda de la verdad, de dar voz a los que no tienen, de ser responsables de lo que hacemos, de actuar con independencia y transparencia ante nuestras audiencias, deben seguir guiando el trabajo periodístico. De esta forma se podrá seguir fortaleciendo el valor principal del periodismo: su credibilidad, un valor fundamental ante el nuevo ecosistema mediático del Siglo XXI (Restrepo y Botello 2018, 32).

El mencionado ecosistema mediático del siglo XXI ha experimentado una transformación radical debido al progreso tecnológico, lo que ha llevado consigo una serie de desafíos éticos complejos. Uno de los retos más evidentes se deriva de la difusión masiva de noticias a través de plataformas de redes sociales, fenómeno que ha propiciado la propagación descontrolada de información no verificada y, en ocasiones, de noticias completamente falsas. Este fenómeno ha suscitado

preocupaciones significativas en torno a la autenticidad y la credibilidad de la información que se consume diariamente, la protección de fuentes confidenciales, la toma de decisiones éticas en situaciones complejas, la creciente presión para publicar noticias de manera instantánea y la constante tensión entre el respeto a la privacidad y el derecho del público a estar informado. En este contexto, la ética en el periodismo se ha vuelto más crucial que nunca, exigiendo un equilibrio delicado entre la velocidad de la información y su precisión, así como la responsabilidad moral de los profesionales de los medios para garantizar la integridad informativa en un mundo digital en constante evolución.

1.2. Ética y espiral del silencio

Los seres humanos imitamos conductas y comportamientos, que ocurren en situaciones específicas, de ciertas personas que por algún motivo admiramos

–Albert Bandura.

El comportamiento de la mayoría de las personas en su entorno social está fuertemente influenciado por las opiniones que se perciben como dominantes, una dinámica que se ve amplificada por el poder de las redes sociales. Estas plataformas tienen la capacidad de difundir rápidamente ideas y sentencias que se convierten en normas aceptables para la opinión pública. Este fenómeno se ve potenciado por movimientos como el Woke que, de acuerdo con Alvira (2022), responden de forma lógica a las coordenadas de la modernidad democrática y promueven un pensamiento riguroso sobre lo que es permisible pensar, además de prácticas como la “cancelación”, donde individuos específicos son atacados con el objetivo de destruir su reputación y provocar su aislamiento social. Esta forma de inquisición moderna, alimentada por la “viralidad” de las redes sociales, ha transformado la manera en que las personas se relacionan y perciben el mundo que les rodea, pues como decía Nietzsche en *El Gay Saber* (1886), las personas se las arreglan mejor con su mala conciencia que con su mala reputación.

Esto podría plantear una amenaza para la comunidad de comunicación, ya que se presenta la posibilidad de que surja un temor generalizado a la mala reputación y a la pérdida de estatus social en un entorno en el que los algoritmos de las redes sociales registran y valoran la interacción de los usuarios, lo que conduce a la dominación de los influyentes o influenciadores. En este escenario la gente se ve cada vez más condicionada por la aprobación de los demás,

expresada a través de estos medios de masas que pueden llegar a convertirse en poderosos instrumentos de control social. Este contexto, marcado por la dependencia de la validación externa, restringe significativamente la libertad individual y socava los cimientos de una comunicación genuina y libre, acentuando la denominada “espiral del silencio” que “es un proceso en que las observaciones realizadas en unos u otros contextos incitan a unas gentes a expresar sus opiniones y a otras, a tragárselas, a mantenerse en silencio, hasta que en un proceso en espiral un punto de vista domina la vida pública” (Noelle-Neumann 1982, 22).

Esto podría dar paso a lo que la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann denominó como “espiral del silencio” que es una teoría que describe cómo las personas tienden a ocultar sus opiniones minoritarias por miedo al aislamiento social y se relaciona con la ética en el sentido de que es capaz de influir en la libertad de expresión y en la formación de la opinión pública debido a que “funciona y se nutre con las opiniones consideradas como acontecimientos” (Luhmann 2000, 129). Por tanto, es posible que esta “espiral del silencio” se acentúe en la actual era digital en la que el creciente control ejercido a través de la tecnología plantea una amenaza significativa para la libertad en las sociedades contemporáneas, ya que da lugar a una especie de vigilancia continua de las personas, quienes transforman su comportamiento en algo cada vez más mecánico y carente de significado vital. Esta automatización de las interacciones humanas, facilitada por la tecnología, ha llevado a una cuantificación y predicción más sencilla de las conductas, aprovechando el vasto mundo de los big data que han dado como resultado una “datificación” o “dataficación” de la esfera pública que “impone una concepción utilitarista de la vida y de la sociedad, reforzada por los nuevos instrumentos tecnológicos y el tipo de conocimiento que ofrecen, orientado primordialmente por el cálculo” (Conill 2023, 124).

En este sentido,

el enfoque datificado de la ética constituye un reto actual para la ética discursiva, en la medida que pretende ofrecer una mejor respuesta a qué es lo justo y lo bueno a través del análisis y procesamiento algorítmico de los datos masivos sobre lo moral procedentes de los individuos hiperconectados (Calvo 2019).

Por consiguiente, el enfoque datificado de la ética representa un desafío actual para la ética discursiva, en la medida que pretende proporcionar respuestas más profundas y matizadas a la

pregunta fundamental de qué es lo justo y lo bueno en esta sociedad altamente conectada. Su premisa fundamental radica en el análisis y procesamiento algorítmico de grandes volúmenes de datos morales provenientes de individuos hiperconectados. En este contexto, la ética datificada, que se refiere a la responsabilidad ética en el uso de los datos y tecnología e implica la necesidad de establecer normas y regulaciones claras para el uso de datos (Colmenarejo 2017), busca arrojar luz sobre cuestiones éticas complejas mediante la exploración minuciosa de patrones, tendencias y comportamientos morales emergentes en la era digital. Al abordar este desafío, la ética discursiva se encuentra en un proceso continuo de adaptación y evolución para integrar estas nuevas perspectivas y entender cómo los datos masivos pueden enriquecer la comprensión de la moralidad en la sociedad contemporánea. En última instancia, esta intersección entre ética, datos y conectividad plantea preguntas cruciales sobre la naturaleza cambiante de las interacciones éticas, e impulsa a reflexionar sobre el camino que sería posible seguir en la búsqueda de un periodismo ético.

Desde la perspectiva ética de pensadores como Apel, Habermas y Cortina, surge la preocupación de que esto podría conducir a una nueva versión del utilitarismo en la que se recopile, cuantifique, procese y gestione una masiva cantidad de datos acerca de opiniones, preferencias y conductas de la ciudadanía hiperconectada para, desde el criterio del mayor bien para el mayor número, establecer qué es lo moralmente válido. Por ello, desde la ética discursiva hay que restablecer el sentido del diálogo de los afectados para la consecución de un acuerdo racional, la reflexión crítica ateniéndose a las pretensiones de validez en el medio de la interacción comunicativa. En este sentido, es fundamental evitar que la ética se convierta en una ciencia predictiva del comportamiento humano, limitándose a la lógica instrumental y estratégica, sin perder su esencia en medio de la creciente datificación moral impulsada por los algoritmos. De darse este suceso, se estaría retrocediendo a un nivel convencional de moralidad, donde las influencias sociales y la avalancha de información podrían eclipsar el diálogo reflexivo y la deliberación crítica. Por lo tanto, es recomendable mantener el enfoque ético discursivo como una salvaguarda contra la desaparición de las interacciones reflexivas y el análisis crítico en el ámbito moral que podrían presentarse como resultado de la sobreabundancia de información.

Este exceso de información es capaz de generar una sobrecarga cognitiva que dificulte la capacidad de pensar con claridad y reflexionar de manera tranquila y serena en un entorno en el

que la atención se ve dispersa en medio de un frenético ritmo de vida, que hace que la concentración necesaria para formar una conciencia moral se vea socavada por la constante interrupción y el flujo interminable de datos que debilitan la capacidad de las personas para procesar información de manera significativa y ponen en peligro la capacidad de la sociedad para formar opiniones informadas y participar en un diálogo público significativo. En este contexto, la importancia de encontrar un equilibrio entre el avance tecnológico y la preservación de la libertad individual y el pensamiento crítico se vuelve crucial para el futuro de las sociedades. Como manifiesta Conill (2023, 123), citando a Ortega y Gasset (1930) “la hiperconexión descentra y produce desorientación vital. Vivimos con más medios que nunca, con cada vez más sofisticados instrumentos digitales, pero sintiendo un deterioro de la auténtica calidad de vida, que no consiste en más bienestar, y sin haber logrado ser más y mejores humanos”.

Es por ello que autores como Domingo García y Adela Cortina hablan de la necesidad de que a los principios éticos del mundo digital se le debe añadir el principio de explicabilidad o de trazabilidad, debido a que “los afectados tienen que poder controlar el uso de sus datos y conocer los algoritmos que los manejan, pues también los sistemas de IA operan con sesgos, que incluso son más invisibles” (O’Neil 2018, 269). Esta reivindicación de la necesidad de incluir el principio de explicabilidad y rendición de cuentas al marco ético para la aplicación de la IA en cualquier ámbito, se torna imprescindible ya que “los afectados tenemos derecho a controlar el uso de nuestros datos y conocer los algoritmos que los manejan” (Cortina 2019, 390).

1.3. Ética e inteligencia artificial

La tecnología de inteligencia artificial aporta grandes beneficios en muchos ámbitos, pero sin unas barreras éticas corre el riesgo de reproducir los prejuicios y la discriminación del mundo real, alimentar las divisiones y amenazar los derechos humanos y las libertades fundamentales (Gabriela Ramos, subdirectora General de Ciencias Sociales y Humanas de UNESCO).

En el mundo contemporáneo, es necesario reflexionar sobre la entrada en escena de los sistemas de IA en diversos ámbitos, entre ellos el periodismo. Este fenómeno plantea desafíos cruciales vinculados a la propiedad intelectual, la transparencia, la responsabilidad, la calidad y la integridad. Es esencial abordar estas dimensiones críticas para garantizar que los textos generados por IA cumplan con los estándares éticos y profesionales exigidos en el ámbito periodístico. Por

ende, se destaca la necesidad de una supervisión constante por parte de profesionales, asegurando así que cada texto refleje el compromiso inquebrantable con la verdad que se espera de cualquier documento periodístico. Este enfoque garantiza la coexistencia armoniosa de la tecnología y la integridad periodística, salvaguardando la confianza del público en la veracidad de la información proporcionada.

Desde una perspectiva operativa, se pueden identificar diversos desafíos éticos que el periodismo enfrenta en la era de la inteligencia artificial (IA). Uno de estos desafíos es la preservación de la privacidad de las personas, ya que la IA tiene la capacidad de recopilar y analizar grandes cantidades de datos. Además, se destaca la importancia de contrastar la información generada por esta tecnología, ya que la precisión y fiabilidad de los algoritmos son fundamentales para la integridad del periodismo. Otra faceta crucial es la formación de los profesionales del periodismo en el uso de la IA, con el objetivo de aprovechar sus beneficios de manera ética y responsable.

Esta perspectiva implica reconocer la importancia de la transparencia y responsabilidad en el desarrollo y aplicación de la IA, subrayando la necesidad de que los actores involucrados rindan cuentas por sus acciones. Al incorporar la rendición de cuentas a estos principios clásicos, se busca fortalecer la base ética que sustenta el uso de la inteligencia artificial, promoviendo prácticas responsables y asegurando que las decisiones impulsadas por la IA sean coherentes con valores éticos y sociales. En última instancia, esta integración pretende garantizar un enfoque equitativo y ético en el despliegue de la inteligencia artificial entre cuyos principios clásicos se contemplan “el de beneficencia, no-maleficencia, autonomía de las personas y el de justicia” (Floridi et al. 2021) a los que habría que añadirles los principios de explicabilidad y accountability, “porque los afectados por el mundo digital tienen que poder comprenderlo”. (Cortina 2019, 88).

La explicabilidad es entendida como un compromiso fundamental con la sociedad, donde los periodistas que laboran en los medios de comunicación asumen la responsabilidad de rendir cuentas por las actividades que influyen en su entorno. Este compromiso implica un reconocimiento serio del principio de autonomía y la validez de los individuos como interlocutores legítimos en cuestiones que les conciernen, así como la capacidad de comprender y comunicar de manera clara cómo se toman decisiones automatizadas, asegurando así una

narrativa informativa que sea accesible y comprensible para el público en general. En este sentido, aquellos impactados por el entorno digital deben tener la capacidad de comprenderlo plenamente, incluyendo la posibilidad de rastrear los algoritmos que moldean sus vidas. Este nivel de comprensión implica no solo conocer la funcionalidad de los algoritmos, sino también estar al tanto de quiénes los desarrollan, los sesgos que pueden estar presentes y los objetivos que persiguen. La transparencia en estas áreas se convierte así en un elemento esencial para fortalecer la conexión entre la tecnología digital y la sociedad, permitiendo que aquellos afectados tengan una visión más clara y completa de cómo estas herramientas influyen en sus vidas cotidianas.

El ámbito del periodismo, al igual que diversas esferas en las que la implementación de la Inteligencia Artificial ha alcanzado un estatus tangible, se encuentra sujeto a la necesidad imperante del principio de explicabilidad desde un enfoque ético. En este contexto, es crucial destacar que la transparencia y comprensión de los procesos llevados a cabo por sistemas basados en IA son fundamentales para salvaguardar valores éticos en la práctica periodística. Este imperativo ético busca no solo garantizar la confianza en la aplicación de la Inteligencia Artificial en el periodismo, sino también preservar la integridad y responsabilidad en el ejercicio de esta profesión en un entorno tecnológico en constante evolución.

Por su parte, el principio de responsabilidad, ligado también a la rendición de cuentas, se conceptualiza como un imperativo que impone a un actor la obligación de ofrecer respuestas, explicaciones y/o justificaciones respecto a su comportamiento (Ramon, Mauri y Díaz 2020). Este acto de rendir cuentas no solo se circunscribe al ámbito individual, sino que abarca también la interacción con otras personas o instituciones que se ven afectadas por las acciones emprendidas. En este sentido, la rendición de cuentas no solo se limita a un acto formal de presentar informes, sino que implica una conexión más profunda con los individuos y entidades involucrados, generando así un sentido de transparencia y responsabilidad que contribuye a fortalecer la confianza en el actuar de dichos actores en el desempeño de sus tareas.

En consecuencia, la explicabilidad y la responsabilidad adquieren una dimensión crucial al considerar la obligación de rendir cuentas ante la sociedad por las actividades emprendidas por los medios de comunicación que les conciernen. En este contexto, los desafíos éticos fundamentales que el periodismo enfrenta en relación con la integración de la IA incluyen dos

aspectos: informar de manera precisa sobre el nivel de aplicación de la IA en las prácticas periodísticas y establecer criterios explícitos para la selección de bases de datos. Específicamente, se destaca la necesidad de que los medios comuniquen de forma inequívoca aquellos contenidos periodísticos que han sido generados mediante el empleo de la IA. En este sentido, la claridad y la apertura en torno al proceso de creación de textos periodísticos mediante esta tecnología emergente se erigen como elementos cruciales para preservar la integridad y la confianza en el periodismo, ya que “los lectores tienen derecho a entender cómo es usada la IA, así como las decisiones que se toman en términos comprensibles” (Ufarte, Calvo y Murcia 2021, 674).

En cuanto a la transparencia, emerge como un principio esencial que promueve la apertura y explicación de los procesos mediante los cuales la IA contribuye a la creación de contenido periodístico. Asimismo, sería importante abordar los sesgos algorítmicos, ya que la IA puede replicar y amplificar prejuicios existentes en los datos con los que fue entrenada. Por último, pero no menos importante, se subraya la necesidad de no perder de vista la responsabilidad social inherente al periodismo en el uso de la IA. Este desafío implica considerar las implicaciones éticas y sociales de la adopción de tecnologías avanzadas, y trabajar para garantizar que el periodismo siga siendo un pilar esencial en la construcción de una sociedad informada y equitativa. Empleando las palabras de Pérez, Gutiérrez y López (2020), quienes buscan afianzar los principios éticos que guían al periodismo a la vez que tratan de extenderlos a las tecnologías emergentes, existen “tres posibles conflictos que comprometen la ética profesional del periodista en su uso de la IA: cuestiones legales que dificultan la atribución de responsabilidades; automatización de contenidos que resten credibilidad a la información; o el elevado coste económico de estas altas tecnologías”.

Por tanto, cabe destacar el principio fundamental de transparencia en relación con la aplicación de la IA en el ámbito periodístico, ya que constituye un requisito esencial para garantizar un uso ético y responsable de esta tecnología. En este contexto, “los lectores merecen y tienen el derecho legítimo de obtener una comprensión clara y accesible acerca de la manera en que se implementa la IA, así como de las decisiones que se derivan de la información recopilada” (Hansen et al. 2017, 14). Este principio se erige como un cimiento esencial para fomentar la confianza del público, permitiendo que la intersección entre la inteligencia artificial y el periodismo se

desarrolle de manera abierta y entendible, promoviendo así una relación más sólida y transparente entre los creadores de contenido y su audiencia.

En consonancia con lo previamente expuesto, los progresos en el ámbito de la IA han suscitado una serie de dilemas éticos cada vez más apremiantes y complicados. En la actualidad, se están llevando a cabo esfuerzos significativos con el objetivo de dirigir estas tecnologías hacia el bien común, al mismo tiempo que se buscan soluciones a los retos éticos, sociales y legales que emergen. No obstante, estos esfuerzos se han manifestado como una amalgama de iniciativas diversas, revelando la necesidad de establecer un proceso colectivo, extenso e inclusivo de reflexión y diálogo. Este diálogo suele cimentarse en los valores que se anhelan como fundamentales para la sociedad, así como en el papel que se desea que la tecnología desempeñe en dicho contexto. La complejidad de los dilemas éticos asociados con la IA subraya la importancia de una deliberación enriquecedora y holística que involucre a diversos actores, contribuyendo así a la construcción de un marco ético sólido y orientado hacia el bienestar colectivo.

De acuerdo con Calvo y Ufarte (2020) aunque la perspectiva ética ha tenido un protagonismo menor dentro de la literatura científica sobre IA y periodismo, su importancia ha ido en aumento en los últimos años, lo que ha ocasionado que exista una posición favorable hacia su uso periodístico, pero también “una preocupación creciente por sus posibles implicaciones éticas” (Doval y Martín 2021, 464). Dentro de estas preocupaciones destacan:

- Los riesgos y la responsabilidad sobre los contenidos generados de forma automatizada (Lewis, Sanders y Carmody 2018) pues aunque esta automatización facilita la identificación de tendencias, la extracción de información relevante y la presentación de datos de manera más accesible, eficiente y veloz en un entorno mediático donde la inmediatez es esencial, esta generación de contenido, también ha desencadenado una preocupación generalizada acerca de los riesgos y la responsabilidad asociada con la creación automatizada de noticias que podrían comprometer la integridad y la confianza que la sociedad deposita en el periodismo como fuente confiable de información, al ser generadas por algoritmos.

- La necesidad de regulación de las posibles aplicaciones, desde una perspectiva general de gobernanza (Túñez 2021) o desde el punto de vista de fenómenos específicos como las deepfakes (Yadlin y Oppenheim 2021). Esta dualidad de percepciones refleja la complejidad y las posibles implicaciones de su implementación ya que mientras hay quienes utilizan la inteligencia artificial para crear contenido audiovisual falso de apariencia realista, desde la perspectiva general de gobernanza se plantea la necesidad de desarrollar marcos normativos que delimiten los límites éticos y legales para la aplicación de la inteligencia artificial en la producción de noticias.
- La percepción de lo humano, y su implicación emocional con la audiencia a través de estas tecnologías (Shin 2021). La conexión emocional entre periodistas y audiencia es un componente esencial para fomentar la confianza y la credibilidad en las noticias. La habilidad humana para interpretar emociones, comprender matices culturales y adaptarse a contextos cambiantes es única y desempeña un papel fundamental en la construcción de relaciones duraderas con el público. Aunque la IA puede replicar la eficiencia en la generación de contenido, la capacidad de comprensión emocional y la conexión humana siguen siendo elementos cruciales en la relación entre los periodistas y su audiencia.
- El papel de la IA en el ámbito de la desinformación, tanto los riesgos de amplificación como las oportunidades para combatirla (Manfredi y Ufarte 2020). La creciente inquietud sobre el papel de la IA en la desinformación no debe pasarse por alto. Existen riesgos considerables asociados con la capacidad de la IA para amplificar la desinformación existente. Algoritmos mal diseñados pueden perpetuar sesgos, difundir noticias falsas de manera inadvertida y contribuir a la polarización de la opinión pública. Este aspecto plantea interrogantes cruciales sobre la ética y la responsabilidad en el desarrollo y la implementación de tecnologías de IA en el ámbito periodístico.
- Las crecientes diferencias en las habilidades que se requieren para gestionar esta nueva área de especialización y el potencial de los algoritmos para generar sesgos (Ventura 2021). La comunidad periodística observa con inquietud el contraste entre las habilidades necesarias para gestionar las posibilidades que la IA ofrece para optimizar y agilizar los procesos informativos y las compara con su conocimiento acerca del uso de herramientas

para la creación de contenidos. De ahí la importancia de que la formación de los periodistas combine la preparación tecnológica junto a su implicación social.

- La proliferación de las herramientas de IA y sus posibles repercusiones sobre la profesión y el potencial impacto de la posibilidad de la reducción de tareas humanas (Kim, y otros 2020). Resulta ineludible abordar el posible impacto de la reducción de tareas humanas debido al avance de la IA en un entorno en el que la automatización y la IA han optimizado numerosos procesos, lo que ha ocasionado la preocupación por la posibilidad de que ciertas ocupaciones basadas en tareas rutinarias y repetitivas, puedan verse desplazadas por sistemas automatizados. En este sentido, la adaptación y el desarrollo de habilidades relevantes son importantes en un panorama laboral marcado por la evolución tecnológica. La clave podría residir en la capacidad de adaptación, la formación constante y la búsqueda de una integración armoniosa entre las capacidades humanas y las posibilidades que ofrece la inteligencia artificial.

En este contexto, se legitiman las normas morales a través del diálogo entre todos los individuos afectados por estas normas. Este diálogo se considera virtual, ya que, según Apel (1985, 392), “todos los seres capaces de comunicación lingüística deben ser reconocidos como personas, puesto que en todas sus acciones y expresiones son interlocutores virtuales”. Este enfoque implica una consideración profunda y reflexiva de las implicaciones éticas, fomentando la participación activa y la comprensión mutua en el proceso de establecer normas morales, lo que contribuye significativamente a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

De acuerdo con esta última formulación y desde la perspectiva de la ética discursiva, resulta fundamental mantener una distinción clara entre dos aspectos cruciales: por un lado, la “vigencia”, que se refiere a la realidad factual y, por otro lado, la “validez”, que se relaciona con la capacidad de las afirmaciones o pretensiones de ser justificadas de manera coherente en un discurso argumentativo. Esta diferenciación es esencial para comprender el fundamento ético de las interacciones humanas virtuales, donde el reconocimiento mutuo y la capacidad para sostener argumentos válidos juegan un papel central en la construcción de una ética comunicativa sólida y fundamentada. En este contexto, la ética discursiva podría emplearse para reflexionar sobre la

naturaleza compleja de las interacciones virtuales y reconocer así la importancia de la integridad discursiva en la construcción de un espacio ético en línea.

Dentro del marco de la ética discursiva es necesario que se considere “al conjunto de la sociedad civil, a todos los ámbitos de la cultura, como espacios de comunicación social abiertos a la deliberación pública” Habermas (2019). Así, una de las aspiraciones centrales de la ética discursiva radica en fomentar el desarrollo de la conciencia y la voluntad individual, permitiendo a los ciudadanos adquirir la capacidad de participar en debates y diálogos tanto a nivel personal como público. Este proceso busca fortalecer la capacidad de las personas para involucrarse en discusiones fundamentadas y constructivas, contribuyendo así al enriquecimiento del tejido social y promoviendo una convivencia armoniosa basada en el respeto mutuo y la comprensión.

Ante este panorama, se podrían aplicar principios de deontología para asegurar que quienes trabajan en los medios lo hagan de manera ética y responsable. Estos principios no solo son fundamentales para mantener la integridad del periodismo, sino también para fomentar la responsabilidad social en la democracia y contribuir al bienestar público al ejercer la labor periodística de una manera ética y responsable.

1.4. Comunicación digital

El continuo avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones ha cambiado la forma en que las personas se relacionan. Esta evolución ha dado lugar a una forma de comunicación digital que se distingue notablemente del esquema tradicional en el que un emisor transmitía su mensaje a través de un canal directamente al receptor. Los medios digitales han transformado este paradigma al permitir la existencia de múltiples receptores y la emisión de variados mensajes a través de diversos canales. En lugar de depender de una única ruta de comunicación, ahora se tiene la capacidad de llegar a audiencias diversas y recibir información de fuentes múltiples. Este cambio ha revolucionado la forma en que se comparten ideas, conocimientos y experiencias, lo que crea un panorama comunicativo más complejo y dinámico en el mundo digital contemporáneo.

Partiendo de esto, se comparte con (Castillo Abdul 2020, 110) que el estilo de vida que llevan las personas ha sido transformado por la comunicación digital, ya que “la búsqueda de información en los periódicos y revistas físicas ha cambiado por la navegación en la web, facilitando el acceso

a la información” en esta sociedad actual en la que el auge de dispositivos electrónicos capaces de procesar una gran cantidad de datos permite a los usuarios informarse sobre los hechos particulares que a ellos les interese conocer y no sobre aquellos que les son impuestos por los medios tradicionales.

Por este motivo se ha conceptualizado a la comunicación digital como un “proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC” (Sánchez 2011, 3). Es por ello que a los profesionales de la comunicación les corresponde

hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de un modo más efectivo a un público que, a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarle a navegar en la información (Orihuela 2002).

Entre las principales características de los medios digitales se encuentran:

1. La inmediatez porque todos los días se recibe por medio de estos canales nueva información y la competencia por ser el primero de ellos implica grandes esfuerzos, lo que incluye buscar formas rápidas y de calidad para llegar al usuario.
2. Es multimedia porque es capaz de reunir a diferentes medios en uno solo para poder transmitir el mensaje.
3. Es interactiva porque cada vez hay más formas de hacer que el usuario participe.
4. Se puede actualizar en tiempo real dependiendo del formato, pero es mucho más sencillo y económico poder hacer correcciones o contestar comentarios de forma casi inmediata a la publicación.
5. Alcanza más audiencia y esa es una de las ventajas más grandes de los medios de comunicación digital porque permite que haya más oportunidades de llegar a los usuarios.
6. Se pueden medir sus resultados a partir de la generación de datos que estos medios son capaces de recolectar (Virket Agency 2022).

De entre las mencionadas características, tal vez la que más haya hecho para apuntalar este tipo de medios sea la interactividad debido a que el usuario, a través de las plataformas online, es

capaz de integrar varios elementos de manera simultánea para luego difundirlos mediante una conversación entre dos o más unidades (Van Dijk 2006).

Como es posible apreciar, la comunicación también se ha adaptado a esta era digital en la que “la tendencia actual es digitalizar toda la información posible: el sonido, los textos, las fotos, el vídeo” (Núñez 2005, 33) y los usuarios desempeñan un papel esencial en el complejo entramado del proceso comunicacional puesto que su participación activa se manifiesta a través de interacciones significativas, mediante las cuales buscan integrarse en las dinámicas sociales, entablar diálogos enriquecedores y colaborar en la creación de contenido que es generado a partir de sus experiencias, conocimientos y perspectivas, que adquieren relevancia en las plataformas virtuales en las que se relacionan y conectan entre sí. De esta manera, los usuarios se convierten en auténticos protagonistas del intercambio comunicativo, aportando diversidad y vitalidad a la red global de interacciones sociales en línea en la que “no solo convierte en activos a los receptores y usuarios sino que también altera y revoluciona el papel de las fuentes que se ofrecen como creadores esenciales de la información” (Muro 2012, 27) pues su capacidad para compartir, comentar y contribuir activamente no solo enriquece su propia experiencia digital, sino que también enriquece el panorama comunicativo en su conjunto, dando lugar a un intercambio cultural y social dinámico y en constante evolución en el que la participación activa de los usuarios no solo establece conexiones virtuales, sino que también crea una red interconectada de ideas, perspectivas y experiencias compartidas, formando así la base fundamental de la comunicación digital.

Por tanto, es posible señalar que los medios digitales surgieron de la adaptabilidad de la televisión, radio y prensa tradicionales a su contraparte digital mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación presentes en internet, las que posibilitaron incluir “nuevas características que permiten transmisiones más rápidas de información y en distintos formatos multimedia que integran texto, audio y video en los contenidos” (Núñez 2005, 34). Debido a estas características es posible ver, por ejemplo, a periódicos o radios online que cuentan con distintos elementos multimedia en sus publicaciones.

En lo que respecta a los periódicos en línea, estos emplean diversas herramientas para enriquecer la experiencia del usuario y ofrecer información de manera dinámica y accesible. Utilizan

elementos como el hipertexto, que permite la interconexión de diferentes partes del texto y proporciona a los lectores la posibilidad de explorar con un clic distintos temas relacionados entre sí. Además, incorporan contenidos multimedia, como imágenes, videos y gráficos interactivos, que complementan y enriquecen los artículos, proporcionando una experiencia visual y auditiva que va más allá de las limitaciones del papel impreso. Un aspecto notable de los periódicos en línea es su capacidad para actualizar casi instantáneamente sus publicaciones, lo que les permite informar sobre eventos en tiempo real y mantener a su audiencia al tanto de los acontecimientos más recientes. Esta rapidez y flexibilidad en la actualización del contenido son características que distinguen a los periódicos online de sus contrapartes impresas. A pesar de estas diferencias en las herramientas y técnicas utilizadas, tanto los periódicos en línea como los impresos comparten un objetivo fundamental: la producción de contenidos informativos de calidad que informen, eduquen y entretengan a sus lectores, contribuyendo así al flujo continuo de información, por lo que la diferencia radica en la manera de producir las notas periodísticas de acuerdo al público objetivo al que van dirigidas (Díaz y Salaverría 2003).

Esto implica que este tipo de medios deben adaptarse a las nuevas tecnologías y canales de distribución para llegar a su audiencia de manera efectiva. Además, la democratización de la información a través de internet y las redes sociales ha generado un mayor acceso a la información, pero también ha creado desafíos en términos de la veracidad y la calidad de la información. La IA, por su parte, está teniendo un impacto en la producción y distribución de noticias, lo que plantea preguntas éticas sobre la responsabilidad de los medios en la verificación de la información y la protección de la privacidad de los usuarios. Por tanto, entre los retos principales que presentan los periódicos se encuentran la adaptación a las nuevas tecnologías, la veracidad y calidad de la información, la democratización de la información y la ética en la producción y distribución de noticias.

Algo similar ocurre con la radio online que presenta una dinámica que se aleja significativamente del formato tradicional de la radio analógica o tradicional al incorporar características multimedia y facilitar una mayor interacción en tiempo real con los usuarios, por lo que esta modalidad redefine por completo la experiencia radiofónica, motivo por el que es cada vez más frecuente que las radios analógicas extiendan su presencia a internet y lleven su contenido al espacio digital. Esta transformación implica la posibilidad de integrar elementos visuales, como imágenes

y videos, en la transmisión, lo que enriquece enormemente la experiencia auditiva de los oyentes. Además, la interacción en tiempo real permite una participación activa de la audiencia, creando un ambiente más dinámico y participativo. De este modo, la radio online se convierte en un medio híbrido que fusiona la radio tradicional con las posibilidades innovadoras que ofrece el mundo digital, ofreciendo así una experiencia diferente para sus usuarios.

En cuanto a la televisión online, esta hace uso de la transmisión por streaming que es un proceso que transmite la información mediante “flujos” para que los televidentes puedan ver el video y escuchar su audio mientras aún continúa descargando gracias a la conexión de transmisión de datos. Como señala (Negroponte 1995, 184) “prácticamente toda la programación de televisión es, en realidad, como volcar información en un ordenador, y los bits se transfieren a una velocidad que no tiene nada que ver con la manera en que serán vistos”.

En este contexto, es posible apreciar medios que nacieron siendo digitales y otros que evolucionaron como adaptaciones de los medios tradicionales, a fin de “amoldarse” a la generación de los denominados “nativos digitales” quienes por haber crecido en la era digital cuentan con habilidades naturales para utilizar la tecnología digital y están familiarizados con dispositivos electrónicos, Internet y redes sociales desde una edad temprana, tienden a adaptarse fácilmente a los avances tecnológicos y se caracterizan por su mayor conocimiento y fluidez en el uso de la tecnología, su impaciencia, versatilidad, colaboración natural y preferencia por el aprendizaje en red, por lo que es recomendable reconsiderar el perfil y los requisitos profesionales relacionados con la comunicación que estas personas necesitan. Además, cobra importancia el revisar tanto los contenidos como los métodos empleados en la educación formal en este campo. Esta revisión implica una reflexión profunda sobre los medios y las mediaciones presentes en los entornos ciberperiodísticos que no sólo han transformado la práctica periodística, sino que también han impactado la participación cívica de los individuos, especialmente de los jóvenes (La Rosa 2014).

En estos entornos ciberperiodísticos, se entrelazan todas las posibilidades de construir un discurso a través de la hipertextualización, lo que conlleva la necesidad de adecuar el mensaje al medio digital y a internet. En este vasto universo digital, donde la visibilidad es fundamental, se requiere precisión y concisión, ser directo al abordar el tema y presentar la información de forma

“ligera”, facilitando así la comprensión para quienes lo consumen y eliminando la necesidad de un esfuerzo excesivo para entenderlo, ya que

a través de estas cuatro propuestas: levedad, rapidez, exactitud y visibilidad, y de todo lo que se ha expuesto de la mano de diversos autores, se pretende generar inquietud y recordación con respecto a la comunicación digital que, llevada a la práctica, debe traducirse, por parte de los lectores frente a un portal, sitio web, curso en línea o producto multimedial, en un ¡ahh! de sorpresa y finalizar con un ohh! de admiración (Sánchez 2011, 16).

1.5. Inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) emerge en el ámbito periodístico, ofreciendo una gama diversa de posibilidades que podrían redefinir por completo la forma en que se concibe el periodismo. Esta tecnología revolucionaria presenta algunas ventajas en términos de eficiencia y personalización, lo que podría significar un cambio radical en la manera en que se produce, distribuye y consume la información. Por un lado, sus defensores argumentan que la IA tiene el potencial de liberar a los periodistas de las tediosas tareas rutinarias, permitiéndoles enfocarse en la esencia misma de su labor: la investigación profunda y el análisis de alto nivel (ICEMD 2023). Esta posibilidad promete no solo incrementar la eficiencia en la producción de contenidos periodísticos, sino también elevar la precisión y calidad de la información entregada al público. Sin embargo, en este panorama de innovación, también surgen inquietudes y desafíos significativos. La creciente presencia de grandes modelos de lenguaje y generadores de texto a imagen ha generado un debate acalorado en torno a la veracidad y confiabilidad de la información generada por estas tecnologías. Algunos críticos señalan que la facilidad con la que estos sistemas pueden producir contenido ha dado lugar a la propagación de información engañosa y manipulación mediática (Meneses 2023). Este fenómeno plantea serias interrogantes sobre la integridad del derecho a la información y, en última instancia, sobre el futuro mismo de la profesión periodística. En este contexto, la IA se presenta como una herramienta de doble filo: un arma de gran potencial para mejorar la eficiencia y calidad del periodismo, pero también un desafío que requiere una reflexión profunda sobre cómo preservar la integridad y confiabilidad de la información en la era digital.

Pero antes de continuar analizando la influencia de la IA en el campo del periodismo ético, es necesario tener una idea de lo que es la IA. De acuerdo con Moncayo (2016, 10) “la inteligencia artificial es un área multifacética que a través de la computación, matemática, lógica y filosofía estudia el diseño de sistemas que son capaces de resolver problemas cotidianos, siempre utilizando como ejemplo, la inteligencia humana”. Por su parte, (Charniak y Mcdermott 1985) señalan que la IA se percibe como cierta capacidad o potencia de computación que permitiría crear sistemas y dispositivos dotados de las mismas capacidades cognitivas que los seres humanos.

Aunque este concepto aparece como algo novedoso, ya se lo ha venido desarrollando como campo de investigación desde el año de 1956, por lo que en la llamada conferencia de Dartmouth se reseñó que

John McCarthy, formado en la Princeton University y en la Stanford University, decidió reunir en el Dartmouth College a los principales investigadores estadounidenses del campo de la informática y de la psicología cognitiva para trabajar durante los meses de verano en lo que McCarthy acuñó como “Artificial Intelligence”. La premisa fundamental de este seminario era la creencia de que “cualquier aspecto del aprendizaje y elemento de la inteligencia puede, en principio, ser descrito de manera tan precisa que sea posible crear una máquina que lo emule” (Russell y Norvig 2016, 17).

Esta emulación de la que hablan Russell y Norvig plantea un escenario más realista debido al actual desarrollo de la inteligencia artificial en el que se torna necesario identificar los posibles riesgos a los que pueden verse abocados los sistemas y dispositivos que hacen uso de ésta, por lo que es importante destacar que, a pesar de los avances en la emulación por parte de las máquinas, la capacidad innata de los seres humanos para generar acciones y conocimiento de manera espontánea sigue siendo un rasgo distintivo que los separa de la inteligencia artificial y aunque las máquinas pueden generar respuestas adaptativas a las circunstancias, esta capacidad se basa en mecanismos previamente diseñados y programados por humanos, por lo que, a diferencia de las acciones espontáneas humanas que surgen de la voluntad y el impulso individual, las respuestas de la inteligencia artificial están limitadas por su programación preexistente. Esta diferencia fundamental subraya la brecha entre la naturaleza humana y la artificial, resaltando que, por el momento, la autenticidad y la espontaneidad inherentes a las acciones humanas siguen

siendo inalcanzables para la IA, que opera dentro de los límites de su programación predefinida. Sin embargo, para contar con un punto de partida se toma en referencia el siguiente listado:

- **Respeto de la autonomía humana:** los sistemas inteligentes deben respetar en todo momento la autonomía y los derechos fundamentales de las personas. Su diseño y programación debe respetar, por tanto, la vida y los derechos humanos sin ningún tipo de discriminación. Aunque los sistemas inteligentes pueden exhibir un alto grado de “autonomía” en términos de operatividad y toma de decisiones, es importante recordar que la autonomía en su sentido original es un aspecto importante de la dignidad humana que no debe relativizar (Grupo Europeo sobre Ética de la Ciencia y las Nuevas Tecnologías 2018, 8)
- **Transparencia:** en el caso de los sistemas provistos de IA, la transparencia atañe principalmente a la explicabilidad y la trazabilidad de dichos sistemas. Dado que el diseño de estos dispositivos contempla que tomen decisiones automáticamente con base en distintos cálculos y proyecciones, debe ser posible en todo momento trazar el razonamiento seguido por el sistema y explicar las consecuencias alcanzadas. En concreto, ha de ser posible trazar el conjunto de datos empleados en el razonamiento, el funcionamiento del algoritmo y los pasos seguidos para alcanzar los resultados. Todo este proceso debe ser, además, explicable desde los puntos de vista técnico de la programación y humano del diseño. El diseño y el empleo de una tecnología impredecible son incompatibles con la defensa de la autonomía humana. Es absolutamente necesario que la actividad de todos estos dispositivos sea de fácil comprensión y acceso, por lo que la transparencia en la IA también está siendo abordada a nivel normativo, como en la propuesta de la Artificial Intelligence Act europea, que establece requerimientos específicos de transparencia para los sistemas de IA (Jiménez 2023, 45)
- **Responsabilidad y rendición de cuentas:** estrechamente relacionado con el principio anterior, el diseño y el empleo de sistemas inteligentes deben estar precedidos por una clara asignación de responsabilidades ante los posibles daños y perjuicios que estos puedan ocasionar. La presunta autonomía de estos sistemas no puede servir de pretexto para la dilución de responsabilidades. Al contrario, será preciso incluir los mecanismos adecuados (auditoría, informe de errores, penalizaciones, etc.) para asegurar que las responsabilidades y obligaciones en relación con el funcionamiento de estos sistemas queden bien definidas. Esto implica que los desarrolladores y usuarios de la IA deben asumir la responsabilidad de los posibles impactos y consecuencias de su uso, y que los sistemas de IA deben ser capaces de proporcionar

explicaciones claras y comprensibles sobre cómo se toman las decisiones, especialmente en casos en los que afecten a los derechos y libertades de las personas (Bellver 2023).

- **Robustez y seguridad:** la fiabilidad de la IA exige que los algoritmos sean suficientemente seguros, fiables y sólidos para operar de manera precisa y segura, y para resolver errores o incoherencias durante todas las fases del ciclo de vida útil de los dispositivos. Este principio exige, además, que los sistemas se diseñen y desarrollen contemplando la posibilidad de ciberataques y fallos técnicos. Por tanto, hay que garantizar que los sistemas de IA sean diseñados y desarrollados con un enfoque en la seguridad de los datos y la prevención de ciberataques (Ciber 4 All Team 2023)
- **Justicia y no discriminación:** el diseño de estos sistemas debe contar con la participación de todos los grupos de interés con los que cada aplicación provista de IA se relacione. Además, estos dispositivos deben garantizar un empleo justo de los datos disponibles para evitar posibles discriminaciones hacia determinados grupos o distorsiones en los precios y en el equilibrio de mercado (Marín 2019, 19).

Entre estas preocupaciones, surge una inquietud significativa que gira en torno a la adopción creciente de tecnologías por parte de los medios de comunicación. Esta tendencia, impulsada por la necesidad de reducir costos y aumentar la eficiencia, plantea la posibilidad de que los periodistas se vean enfrentados a una competencia directa con algoritmos, e incluso podrían ser reemplazados por estos sistemas automatizados. Esta transición hacia un periodismo cada vez más automatizado y digitalizado plantea un desafío importante para la industria: la pérdida potencial de empleos periodísticos tradicionales. Sin embargo, este dilema va más allá de la simple cuestión laboral. La desaparición de puestos de trabajo periodísticos convencionales podría tener consecuencias profundas en la narración de historias y enfoques periodísticos. En última instancia, esto podría llevar a una pérdida de diversidad en el ámbito de la información y afectar negativamente la pluralidad de perspectivas y la necesaria representación de minorías y grupos marginados en los medios de comunicación. En consecuencia, existe el riesgo de que las narrativas generadas por algoritmos reflejen únicamente las perspectivas predominantes, excluyendo así voces valiosas y experiencias significativas. Por tanto, es esencial reflexionar sobre el impacto social y cultural de esta transición hacia un periodismo cada vez más

automatizado y tomar medidas para preservar la diversidad y la inclusión en el ámbito de la información.

Es importante que la adopción de estas tecnologías sea realizada de manera cuidadosa y transparente, con un enfoque centrado en preservar la integridad, la diversidad y la calidad del periodismo a fin de encontrar un equilibrio entre aprovechar las ventajas que la IA puede ofrecer en términos de eficiencia y profundidad en la narración de historias, y al mismo tiempo, garantizar que los estándares éticos y la autenticidad en el periodismo no se vean comprometidos. En un mundo cada vez más digitalizado, donde la tecnología desempeña un papel fundamental en la forma en que se consume la información, es esencial que los profesionales del periodismo utilicen estas herramientas de manera responsable para mantener la confianza del público y seguir ofreciendo una cobertura periodística valiosa y significativa. Además, es necesario que existan políticas y regulaciones claras que guíen el uso de la IA en el ámbito del periodismo, asegurando así que estas innovaciones se implementen de manera ética y beneficiosa para la sociedad en su conjunto. En última instancia, la responsabilidad y la transparencia son piedras angulares en el camino hacia un periodismo mejorado y enriquecido por las posibilidades que ofrece la IA generativa.

Con base en lo mencionado, es posible señalar que la IA generativa ha revolucionado la industria de los medios al proporcionar una herramienta que permite a los profesionales crear contenidos de manera más eficiente y rápida. Aunque este avance tecnológico ha mejorado la productividad y la velocidad con la que se generan los contenidos, es posible observar que los materiales generados aún tienen la posibilidad de contener una serie de errores. Esta situación plantea un dilema ético para los periodistas, quienes tienen la responsabilidad moral de informar con precisión y objetividad. La tecnología, si bien es poderosa, no está exenta de fallos, lo que subraya la importancia de que los periodistas mantengan un sentido crítico al utilizarla. En este contexto, es importante que los profesionales de los medios comprendan las limitaciones de la IA y continúen ejerciendo su juicio humano y ético para filtrar y corregir los errores que puedan surgir en los contenidos generados. La combinación del ingenio humano y la tecnología puede conducir a un periodismo más robusto y equitativo, siempre y cuando se utilice con cuidado y discernimiento.

La popularización de las herramientas de IA que vino luego de Chat GPT generó gran entusiasmo debido a su capacidad “de procesar una gran cantidad de datos, centrada en la simulación de la inteligencia humana que puede aprender patrones, imitar el razonamiento e identificar caminos para convertirse en agente conversacional, escritura automatizada o indicador de tendencias” (Broussard et al. 2019) ocasionó que la búsqueda de tendencias informativas se convierta en un área que cobró protagonismo entre algunos periodistas para quienes la IA

emerge como un precioso auxiliar para un periodismo que se ve acelerado por la demanda de los propios usuarios que, equipados con dispositivos móviles con acceso a Internet, han transformado la búsqueda de información en un acto rutinario en el transporte público, en las salas de espera, en los intervalos de las reuniones o en cualquier breve parada de la vida personal o profesional (Canavilhas y Giacomelli 2023, 54).

Sin embargo, tras estas ventajas existen cuestiones éticas que tienen que ser discutidas porque la sostenibilidad del periodismo depende de la manutención de los valores cívicos y de los criterios editoriales (Rojas 2019). Por lo tanto, en esta era del periodismo marcada por avances tecnológicos, podrían establecerse normas éticas y regulaciones sólidas para orientar la práctica periodística de manera responsable y transparente. Es posible que los medios de comunicación se comprometan a adoptar políticas que garanticen la transparencia en su funcionamiento, así como la supervisión humana para corregir posibles sesgos algorítmicos. En este contexto, tal vez consideren necesario invertir en la formación y capacitación de periodistas que utilicen la inteligencia artificial de manera ética y responsable para conservar así un periodismo de alta calidad en la era digital.

No obstante, este progreso hacia un periodismo ético y tecnológicamente avanzado se ve obstaculizado por varios desafíos. La implementación de estas políticas y prácticas requiere no solo de una voluntad decidida por parte de los medios y los profesionales del periodismo, sino también de recursos financieros adecuados. Sin embargo, estos recursos son escasos, y los fondos existentes suelen estar concentrados en manos de individuos o entidades cuyos intereses no siempre están alineados con el bien público. Esta disparidad económica plantea un obstáculo significativo en el camino hacia un periodismo ético y de calidad, ya que limita la capacidad de las organizaciones mediáticas para implementar medidas efectivas que garanticen la integridad y la objetividad en la era digital. Es por ello que resulta fundamental abordar tanto la falta de

recursos como la concentración desigual de los mismos para impulsar el periodismo hacia un futuro donde la ética, la tecnología y la calidad informativa converjan de manera armoniosa y beneficiosa para la sociedad.

Sin lugar a dudas, la convergencia entre la inteligencia artificial y el periodismo se perfila como un capítulo en la trayectoria evolutiva de los medios de comunicación y su función en la sociedad contemporánea. Este cruce de caminos abre nuevas puertas hacia la innovación y la eficiencia en la industria periodística, permitiendo explorar terrenos inexplorados hasta ahora. No obstante, este progreso exige una aproximación equilibrada y reflexiva. Por tanto, es aconsejable enfrentar este desafío con prudencia, considerando minuciosamente los riesgos potenciales que conlleva. Más allá de las oportunidades que ofrece, la intersección entre la inteligencia artificial y el periodismo plantea riesgos e interrogantes éticas profundas que deben ser analizadas y resueltas de manera cuidadosa.

En cualquier caso, el futuro del periodismo se vislumbra como un panorama marcado por una interacción cada vez más estrecha entre los seres humanos y las máquinas, lo que promete transformaciones significativas en la forma en que se recibe y comparte información que debe ser supervisada para garantizar y preservar su integridad y confiabilidad, valores fundamentales que constituyen los pilares de toda democracia con vistas a un futuro en el que la verdad y la transparencia sigan siendo primordiales para la toma de decisiones informadas y para el funcionamiento saludable de la sociedad. Por tanto, lo que se busca es abogar por un periodismo que, respaldado por la colaboración efectiva entre humanos y máquinas, continúe siendo una columna básica en la construcción de una sociedad informada y democrática en la que los periodistas deben dejar de ver a las máquinas como enemigas y empezar a pensar en ellas como herramientas para facilitarles y hacer mejor su trabajo (Cosoy 2017) lo que no significa que renuncien a una escritura cuidada, reflexiva y, por sobre todo ética ya que

la información ha de tener algún elemento cualitativo, aunque no sepamos demasiado bien cual. Pero sabemos que presenta dos aspectos: credibilidad y fiabilidad. En otras palabras, por muy abundante que sea la información, la que más me interesa es la que es creíble y fiable y, por tanto, la que tiene un mínimo de garantías relacionadas con la ética, la honestidad, la deontología o la moral de la información (Ramonet 1999, 2).

En este proceso cabe explorar nuevas estrategias y enfoques que conduzcan a los periodistas hacia la búsqueda constante de puntos de encuentro que fomenten un periodismo de calidad, especialmente en un panorama comunicativo cada vez más complejo y dinámico. La cuestión que suscita un profundo debate en el ámbito de la deontología periodística durante años es si el aumento exponencial en la producción de información conduce verdaderamente a ciudadanos mejor informados y con una mayor capacidad crítica, pues la creciente demanda por parte de empresas, organizaciones e instituciones para estar presentes en el espacio virtual ha generado un incremento en el uso de la información por parte de los usuarios (Castells 2008.). En este sentido, surge la incógnita de si este flujo constante de datos resulta enriquecedor para la sociedad o, por el contrario, se convierte en un proceso de desinformación que socava la base misma de la verdad y la objetividad en el periodismo. Por ello es recomendable abordar este dilema con un enfoque reflexivo y crítico, evaluando cuidadosamente las implicaciones de esta gran cantidad de datos para garantizar que, en última instancia, el esfuerzo por informar no se vea comprometido por la sobreabundancia de información, sino que se traduzca en un conocimiento significativo y fundamentado para el público.

Y es que escribir una noticia de calidad requiere un nivel sustancial de conocimiento y habilidad por parte del periodista. Esto implica no solo estar al tanto de los grandes eventos y temas relevantes, sino también dedicar tiempo y esfuerzo a investigar los detalles más cotidianos y aparentemente insignificantes. La calidad periodística requiere que el periodista sea capaz de mantenerse informado y sumergirse en diversas fuentes, desde noticias de agencias hasta informes de otros medios de comunicación. Además, en la era digital, es importante estar al tanto de las redes sociales para captar la amplitud de las historias que se desarrollan en línea. Aparte de este trabajo de escritorio, el periodista también debe participar activamente en el campo, asistiendo a ruedas de prensa para obtener información directa, llevando a cabo entrevistas cara a cara para profundizar en los temas y reunirse con fuentes confiables para obtener información precisa y verificada. Asistir a presentaciones y eventos es otra faceta crucial de su trabajo, ya que le permite obtener una comprensión completa de los eventos y temas que está cubriendo. En resumen, la labor del periodista va mucho más allá de la simple recopilación de datos; implica una inmersión profunda en el mundo de la información y un compromiso activo con las fuentes y

los eventos para ofrecer a la audiencia una narrativa precisa y completa. En este marco, la IA utilizada de la manera apropiada, supone tres grandes oportunidades para los periodistas:

Podrían dedicar más tiempo a la investigación y al periodismo en profundidad. Como la escritura automatizada genera textos muy mecánicos, estos nuevos lenguajes podrían impulsar a los periodistas de carne y hueso a hacer un trabajo de mayor calidad, aunque siempre existe el riesgo de que estas tecnologías progresen hasta el extremo de poder adentrarse en otros géneros mayores. La escritura automatizada permite a periódicos y medios cubrir noticias que, a día de hoy, no tienen cabida en la agenda, como los pequeños eventos deportivos, que cuentan con un público minoritario (Dalen 2012, 651)

La permanencia del periodista actual, por tanto, radica en su habilidad para adaptarse a un ecosistema en constante evolución, como se evidencia en la creciente influencia de las redes sociales. Con la comunicación digital, los periodistas han debido adaptarse a las nuevas tecnologías y canales de distribución, lo que ha implicado la implementación de modelos de negocio viables en línea con las demandas actuales y el uso de herramientas de análisis de datos, experiencia de usuario, y la creación de contenido multimedia (Asociación de Periodistas Europeos 2023). Ya no basta con que sea un buen escritor; el redactor estará preparado además para superar la noción tradicional de que la excelencia se reduce a habilidades lingüísticas. Sin embargo, tampoco puede limitarse a adoptar una visión estrecha de un periodista tecnológico, donde la escritura carece de importancia. En lugar de eso, es necesario que encuentre un equilibrio entre las habilidades literarias y la comprensión de las tecnologías emergentes. El periodista del siglo XXI busca ser versátil, a fin de ser capaz de comunicar de manera efectiva tanto en plataformas tradicionales como en los nuevos medios digitales. La capacidad de adaptarse y aprender continuamente se convierte en la clave para prosperar en este entorno cambiante, donde la integración de la escritura creativa con la comprensión de las tendencias tecnológicas se vuelve esencial para destacar en el campo periodístico moderno en el que

los medios demandan nuevas competencias y habilidades derivadas de la tecnologización. Hay que afrontar la necesidad de preparar a los periodistas para un entorno cambiante en el que las tecnologías marcan las transformaciones, lo que obliga a entender su planteamiento y sus singularidades, pero sin descuidar los fundamentos periodísticos, aquellos se han sedimentado a lo largo del tiempo (López, Rodríguez y Pereira 2017, 87-88).

Por lo tanto, es necesario tomar en consideración que las inteligencias artificiales aún no pueden decidir por sí solas si una noticia es verídica o no, por lo que debe ser validada con el uso de medios confiables y constatables, así como con motores de búsqueda que permitan realizar una verificación crítica de las coincidencias de dicha noticia, más aún en un país como Ecuador en el que la falta de capacidades, regulaciones y debate público sobre los riesgos y desafíos que traen estas tecnologías, aunado a que las personas más jóvenes continúan abandonando de manera acelerada los medios tradicionales para informarse a través de los medios digitales ha ocasionado que los medios convergentes se conviertan en un escaparate de la opinión pública (Bañuelos 2017) y las redes sociales se consoliden como medios indispensables para entender la vida social (De la Garza et al. 2019). Es decir que se ha producido una expansión de la huella subjetiva de los individuos, hasta el punto de que se demandan nuevos métodos que sean capaces de abordar esta enormidad de contenidos (Cerón y León 2016) cuyos espacios deben ser contrastados y regulados o autorregulados mediante “una línea que emplea la inteligencia artificial para la detección de inteligencia artificial” (Ferrara et al. 2016, 99).

La convergencia entre la Inteligencia Artificial y el periodismo marca un episodio en la trayectoria de los periodistas y su función en la sociedad contemporánea. Este cruce de caminos, sin embargo, requiere ser abordado con prudencia y reflexión acerca de las complejas implicaciones éticas que conlleva. Se plantea un escenario donde el futuro del periodismo, al igual que el de diversas profesiones, está destinado a ser moldeado por la interacción dinámica entre seres humanos y máquinas. Existe, por tanto, la responsabilidad de supervisar este proceso y garantizar que esta evolución sea beneficiosa para la sociedad en su conjunto al mantener intacta la integridad y confiabilidad de la información, pilares esenciales de cualquier sociedad democrática. En este sentido, se torna necesario que los periodistas preserven estos valores fundamentales, asegurando que esta interacción entre humanos y tecnología devenga en un progreso positivo, donde la verdad y la ética se mantengan como baluartes insustituibles en armonía con los principios democráticos que sustentan la sociedad.

1.5.1. Inteligencia artificial en América Latina

A pesar de que gran parte del desarrollo tecnológico en inteligencia artificial se ha concentrado históricamente en Estados Unidos, Europa y más recientemente Asia, América Latina no ha

estado ajena a estas dinámicas. El continente ha participado en el ecosistema de la IA desde los años 60, aunque con fuertes limitaciones estructurales, políticas y económicas. Sin embargo, en la actualidad, comienza a configurarse un campo propio de producción, regulación y apropiación crítica de estas tecnologías.

Una de las primeras iniciativas se dio en Argentina, cuando en 1965 se conformó el Grupo de Estudios de Inteligencia Artificial (GEIA) en la Facultad de Ingeniería, liderado por Horacio Regino. A pesar de su posterior disolución durante la dictadura de Onganía, este evento marcó un antecedente pionero en la región (País Digital 2023).

En tiempos recientes, diversos países latinoamericanos han comenzado a elaborar marcos regulatorios y estrategias nacionales de IA. No obstante, como alerta el Future of Life Institute (2023), muchos de estos planes carecen de participación ciudadana efectiva y reproducen lógicas extractivistas de datos sin una adecuada protección de derechos. Este vacío es particularmente preocupante en un contexto de alta desigualdad digital y vigilancia algorítmica.

Frente a estos desafíos, emergen propuestas desde la sociedad civil, el arte y la comunicación crítica que buscan re-politizar el debate sobre la IA. En este marco, la obra de Onuoha y Mother Cyborg ha sido adoptada y difundida en América Latina con el objetivo de alfabetizar digitalmente a la población y cuestionar los supuestos ideológicos de estas tecnologías (País Digital 2023).

Desde la perspectiva de la comunicación y opinión pública, es clave comprender que la IA no sólo automatiza decisiones técnicas, sino también prácticas simbólicas, como la selección de contenidos, la moderación de discursos y la predicción de conductas. Estos procesos inciden directamente en la esfera pública y pueden reforzar asimetrías en la circulación de la información.

En los últimos dos años, los medios de comunicación han experimentado una transformación profunda con la irrupción de herramientas de inteligencia artificial generativa como ChatGPT. Esta tecnología no solo ha impactado los flujos de trabajo, sino que ha reconfigurado las lógicas de producción de contenidos, los roles periodísticos y la manera en que los públicos interactúan con la información. Como señala el IALAB (2025, 3) “desde su lanzamiento, ChatGPT rompió récords e inició el cambio más significativo en la industria tecnológica en este siglo”, lo que

evidencia que no estamos frente a una simple innovación técnica, sino ante un giro estructural en el ecosistema mediático.

La adopción de IA generativa en redacciones digitales ha traído beneficios como la automatización de noticias, el resumen de grandes volúmenes de información y la mejora en la personalización de contenidos para las audiencias. Sin embargo, estos avances también han encendido alarmas. El mismo informe advierte: “Una preocupación creciente es que los sistemas de IA avanzados puedan provocar daños catastróficos, incluso de tipo existencial, si no son regulados adecuadamente” (IALAB 2025, 12). En el contexto mediático, esto se traduce en riesgos asociados a la desinformación automatizada, la pérdida de empleos en redacciones y la concentración de poder en pocas plataformas tecnológicas que controlan la infraestructura algorítmica.

A pesar de estos desafíos, la expansión de la IA generativa ha democratizado ciertos procesos que antes eran exclusivos de programadores o equipos técnicos. Hoy, profesionales de la comunicación pueden ajustar modelos como ChatGPT a sus necesidades específicas sin necesidad de saber código. Tal como subraya el IALAB: “Por primera vez, cualquier persona sin conocimientos de programación puede personalizar un modelo de lenguaje a sus necesidades mediante instrucciones y plugins” (IALAB 2025, 19). Esta posibilidad abre un nuevo campo de apropiación crítica en el que periodistas, comunicadores y productores de contenido pueden explorar formas más creativas, ágiles y accesibles de narrar e interpretar la realidad.

1.5.2. La IA dentro de los marcos regulatorios de la UE

La Unión Europea (UE) ha implementado diversas normativas para regular el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en medios digitales, con el objetivo de garantizar un entorno en línea seguro y responsable. A continuación, se destacan las principales leyes y organismos relacionados.

La Ley de Servicios Digitales (*Digital Services Act*, DSA) es un reglamento que moderniza la Directiva sobre el comercio electrónico, enfocándose en contenidos ilegales, publicidad transparente y desinformación en la UE. Presentada el 15 de diciembre de 2020, la DSA fue aprobada por el Parlamento Europeo el 5 de julio de 2022 y por el Consejo el 4 de octubre de 2022. Entró en vigor 20 días después de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea,

y los proveedores de servicios afectados tuvieron hasta el 1 de enero de 2024 para cumplir con sus disposiciones.

La DSA establece obligaciones para las plataformas en línea, incluyendo la gestión de contenidos ilegales y la transparencia en la publicidad. Aunque no se centra exclusivamente en la IA, sus disposiciones afectan a los sistemas de IA utilizados en la moderación de contenidos y en la personalización de servicios digitales.

La UE está desarrollando el Reglamento de Inteligencia Artificial (AI Act), una propuesta legislativa que busca regular el uso de la IA en diversos sectores, incluyendo los medios digitales. Este reglamento clasifica las aplicaciones de IA según su nivel de riesgo:

- Prohibidas: Aplicaciones que representan un riesgo inaceptable para la seguridad o los derechos fundamentales.
- De alto riesgo: Sistemas que requieren supervisión estricta debido a su potencial impacto significativo.
- De bajo riesgo: Aplicaciones con pocas restricciones debido a su impacto limitado.

El reglamento también aborda el uso del reconocimiento facial en tiempo real, limitándolo a casos específicos que cuenten con consentimiento y autorización judicial. Además, establece la obligación de etiquetar contenidos generados por IA y contempla sanciones significativas para quienes no cumplan con estas disposiciones.

El Reglamento de Inteligencia Artificial (AI Act) de la Unión Europea ha sido aprobado. El Parlamento Europeo lo adoptó el 13 de marzo de 2024, y el Consejo de la Unión Europea le dio su aprobación final el 21 de mayo de 2024. El reglamento fue publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea el 12 de julio de 2024 y entró en vigor el 1 de agosto de 2024.

Este reglamento establece un marco normativo armonizado para el desarrollo y uso de sistemas de inteligencia artificial en la Unión Europea, con el objetivo de garantizar que estos sistemas sean seguros, transparentes y respetuosos con los derechos fundamentales.

La aplicación efectiva de sus disposiciones está prevista para 24 meses después de su entrada en vigor, es decir, a partir del 1 de agosto de 2026. Durante este período transitorio, los Estados

miembros y las entidades afectadas están adaptando sus legislaciones y prácticas para cumplir con los requisitos establecidos en el reglamento.

Capítulo 2. Inteligencia artificial en el periodismo ecuatoriano: Ecuador Play

La investigación acerca de la implementación de la inteligencia artificial en el ámbito del periodismo se encuentra en una fase incipiente, un hecho comprensible si consideramos que la introducción de algoritmos y tecnologías de inteligencia artificial en esta profesión es relativamente reciente. No obstante, el interés en este fenómeno se refleja en una producción académica que parece estar consolidándose y delineando de manera más precisa las diversas áreas de estudio. Esta evolución gradual revela la complejidad inherente de la intersección entre la inteligencia artificial y el periodismo, ofreciendo un terreno fértil para investigaciones más profundas y enriquecedoras en un entorno en el que los procesos evolutivos de digitalización y transformación tienden a afianzarse cada vez más.

Y es precisamente en este contexto evolutivo de la comunicación digital en Ecuador que los medios tradicionales ecuatorianos empezaron a su incursionar en el ciberespacio mediante el establecimiento de plataformas web propias, la configuración de perfiles en redes sociales virtuales, y la producción de contenido específicamente diseñado para el entorno digital, lo que facilita su visualización y reconocimiento de este tipo de medios a través de la interacción (Ramonet 2012). De esta manera, en la vastedad de Internet, se gestaron medios de comunicación en línea que surgieron de las tradicionales fuentes de prensa, radio y televisión, para colocarse a la par con aquellos medios que habían nacido directamente en el ámbito digital. La intersección de estas dos esferas generó un fenómeno comunicacional enriquecido por la convergencia y la coexistencia de diversas formas de expresión mediática en las que el uso de distintas herramientas tecnológicas, algunas de las cuales funcionan con los algoritmos de la IA, podría empezar a tomar fuerza.

En la opinión de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) esta proliferación de herramientas de IA plantea un cambio radical en la elaboración de contenidos creativos, pero también puede plantear amenazas tales como la apropiación indiscriminada de la propiedad intelectual por parte de estos sistemas de IA generativa, lo que no es ético y afecta al periodismo. Es por ello que la SIP junto a otras 25 organizaciones internacionales de editores, periodismo y empresas periodísticas presentó los “Principios Globales para la Inteligencia Artificial (IA)” que tratan

aspectos tales como la propiedad intelectual, la transparencia, la rendición de cuentas, la calidad e integridad, la justicia, la seguridad, el diseño y el desarrollo sostenible.

Propiedad intelectual

Desarrolladores, operadores e implementadores de sistemas de IA deben respetar los derechos de propiedad intelectual que protegen las inversiones de quienes generan contenido original. Los editores tienen derecho a negociar y recibir una remuneración justa por el uso de su propiedad intelectual. El uso de la propiedad intelectual por los sistemas de IA para entrenar, emerger o sintetizar suele estar expresamente prohibido en los términos y condiciones en línea de los titulares de derechos, y no está cubierto por acuerdos de licencia preexistentes. Los derechos de autor y derechos afines protegen a los creadores de contenido y a propietarios del uso no autorizado de su contenido. Como todos los demás usos de obras protegidas, el uso de obras protegidas en sistemas de IA está sujeto al cumplimiento de las leyes pertinentes en materia de derechos de autor, derechos auxiliares y permisos dentro de los protocolos. Deben reconocerse los mercados existentes para la concesión de licencias de contenidos a creadores y titulares de derechos.

Transparencia

Los sistemas de IA deben ofrecer una transparencia granular a creadores, titulares de derechos y usuarios. Cuando los desarrolladores utilicen herramientas de IA como componentes en el proceso de generación de conocimiento a partir del conocimiento, debe haber transparencia en la aplicación de estas herramientas, incluidos mecanismos claros y apropiados de rendición de cuentas y procedencia, así como una atribución clara, cuando proceda, de conformidad con los términos y condiciones de los editores del contenido original.

Rendición de cuentas

Los proveedores y los implementadores de sistemas de IA deben cooperar para garantizar la responsabilidad por los resultados del sistema. Quienes implementen sistemas de IA que proporcionen contenido informativo o científico deben proporcionar toda la información esencial y relevante para garantizar la rendición de cuentas y no deben estar protegidos de la responsabilidad por sus resultados, incluso mediante regímenes de responsabilidad limitada y puertos seguros.

Calidad e integridad

Garantizar la calidad y la integridad es fundamental para generar confianza en la aplicación de herramientas y servicios de IA. Estos valores deben estar en el centro del ciclo de vida de la IA, desde el diseño y la construcción de algoritmos, hasta los insumos utilizados para entrenar las herramientas y servicios de IA, y los utilizados en la aplicación práctica de la IA.

Justicia

Los sistemas de IA no deben crear o arriesgarse a crear resultados de competencia o de mercado desleales. El despliegue de sistemas de IA por parte de las grandes plataformas en línea no debe utilizarse para afianzar su poder de mercado, facilitar abusos de posición dominante o excluir a rivales del mercado.

Seguridad

Los sistemas de IA deben ser fiables. Los sistemas y modelos de IA deben diseñarse para promover fuentes de información confiables y producidas de acuerdo con los mismos estándares profesionales que se aplican a los editores y las empresas de medios.

Los sistemas de IA deben ser seguros y abordar los riesgos de privacidad. En particular, los sistemas y modelos de IA deberían diseñarse para respetar la privacidad de los usuarios que interactúan con ellos.

Por diseño

Estos principios deben incorporarse por diseño en todos los sistemas de IA, incluidos los sistemas de IA de propósito general, los modelos fundacionales y los sistemas IAG (inteligencia artificial generativa). Deben ser elementos significativos del diseño y no deben considerarse una ocurrencia tardía o una preocupación menor que deban abordarse cuando sea conveniente o cuando un tercero presente un reclamo.

Desarrollo sostenible

La naturaleza multidisciplinaria de los sistemas de IA los sitúa en una posición ideal para abordar áreas de interés global. Los sistemas de IA prometen beneficiar a todos los seres humanos, incluidas las generaciones futuras, pero solo en la medida en que estén alineados con los valores humanos y operen de acuerdo con las leyes globales (SIP 2023).

En los 12 principios delineados, se destaca la importancia de salvaguardar los derechos de propiedad intelectual como uno de los postulados centrales. El primer principio enfatiza que los

desarrolladores, operadores e implementadores de sistemas de IA deben respetar rigurosamente estos derechos. Además, se plantea la necesidad de que los creadores de contenido o editores tengan el “derecho de negociar y recibir una remuneración adecuada por el uso de su propiedad intelectual”. Este aspecto se suma a la discusión en torno a la potencial amenaza que podría representar para los medios de comunicación el tener una gran cantidad de contenido artificial en la que cada vez se consuman más recursos para constatar la integridad de la información que la IA genera. La aplicación de estos principios podría traducirse en beneficios significativos para los medios, ya que sitúa a la tecnología como una herramienta que impulsa enfoques innovadores en la labor informativa. De esta manera, se destaca la importancia de considerar la IA como un aliado en lugar de una mera creadora de contenidos en serie. La colaboración entre la tecnología y la perspectiva humana se revela crucial para ofrecer una visión ética y auténtica en la presentación de información a las audiencias. En última instancia, este enfoque se postula como el primer paso hacia la construcción de una narrativa informativa éticamente correcta para aquellos que consumen contenidos periodísticos.

2.1. Ética periodística en Ecuador

En Ecuador en el año 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación que en sus artículos 9 y 10 obligaba a que todos los medios de comunicación cuenten con un código deontológico propio:

Códigos deontológicos. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

Normas deontológicas. Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad y los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o a valorativa de señas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de emitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defendería ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos de la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;

j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,

k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;

b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;

c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;

d. Abstenerse de difundir publinreportajes como si fuese material informativo;

e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;

f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;

g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;

h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;

i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,

j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley (Ley Orgánica de Comunicación 2013, arts. 9-10).

Además, el artículo 60 trataba de la regulación de contenidos:

Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta (Ley Orgánica de Comunicación 2013, art. 60).

Sin embargo, desde que se emitió el Decreto Ejecutivo n.º 32 el 24 de mayo del año 2021, se empezó a hablar de una autorregulación que podría resultar compleja debido a la presencia de este actual “paisaje informativo” en el que el arribo de los medios alternativos surgidos a raíz de la globalización de las tecnologías, ha volcado el interés de los ciudadanos hacia las redes sociales u otros medios en los que reciben, interpretan, juzgan y comentan la información que les llega, ejerciendo así un rol fundamental en el proceso comunicativo, en la actividad de los periodistas y en sus comportamientos y decisiones éticas. Si ya de por sí, la regulación de los contenidos es “uno de los aspectos más conflictivos a nivel internacional en una ley de

comunicación” (Chavero y Oller 2015, 54), el hecho de que en la reforma de la Ley de Comunicación del año 2019 no se incluya algo relacionado al contenido digital o contenido generado por medios digitales nativos, se presta para interpretar que el contenido de este tipo de medios es autorregulado.

Por otra parte, esta autorregulación suele estar sustentada en “una ética pública, en los valores y principios constitucionales de una sociedad democrática, así como en los criterios y exigencias propios de la comunicación y la información en un marco de libertad y de pluralismo” (Aznar 2011, 18), por lo que se torna necesario que estas pautas éticas estén asociadas a indicadores del estado de profesionalización del periodismo en cuanto a sus orientaciones éticas debido a que “gran parte de los periodistas han aprendido las normas de la profesión a partir de sus *haceres*, por ensayo y error, existiendo como consecuencia poca reflexión que se abstraiga de la cotidianidad práctica de los medios” (Barredo 2015, 10).

Resumiendo, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) del Ecuador establece disposiciones que abarcan a los medios digitales. Según el artículo 5 de la LOC, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias que difunden contenidos a través de medios impresos, radio, televisión y servicios de audio o video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Adicionalmente, el artículo 3 del Reglamento General a la LOC especifica que son también medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la LOC establece para los medios de comunicación social definidos en el artículo 5 de dicha Ley.

Sin embargo, la LOC no regula las expresiones u opiniones personales emitidas en redes sociales, según lo establecido en su artículo 4. Además, el artículo 2 del Reglamento General excluye del control y la regulación los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

En cuanto a la manipulación de imágenes con fines ideológicos, la LOC prohíbe la difusión de contenidos discriminatorios que constituyan apología de la discriminación o incitación a la

violencia. El artículo 62 establece que está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tengan por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador.

Es importante distinguir entre un meme, que generalmente es una imagen humorística o satírica compartida en internet sin intención de causar daño, y la manipulación de imágenes con fines ideológicos que buscan desinformar o perjudicar a personas o grupos específicos. Esta última práctica puede infringir la ley y estar sujeta a sanciones, especialmente si promueve la discriminación o incita a la violencia.

En definitiva, la LOC del Ecuador sí incluye disposiciones que regulan a los medios digitales, estableciendo derechos y obligaciones similares a los de los medios tradicionales, y contempla prohibiciones específicas respecto a contenidos que puedan ser considerados discriminatorios o que inciten a la violencia. La Ley Orgánica de Comunicación ha sido modificada en varias ocasiones desde su promulgación en 2013, reflejando una evolución legal acorde con los cambios en el sistema mediático, así como con las dinámicas políticas y sociales del país.

2.2. Caso de estudio

Ecuador Play es un medio de comunicación digital ecuatoriano creado en el año 2018. Su presencia en diversas plataformas sociales refleja una estrategia integral para conectar con una audiencia amplia y diversa. Ecuador Play, que es un medio que utiliza Internet como único canal de difusión y realiza periodismo mediante redes sociales tiene una base de 1 '572,000 seguidores y suscriptores distribuidos en plataformas como Facebook, Instagram, X, TikTok y YouTube.

En X, bajo el usuario *@EcuadorPlay*, el medio comparte contenido relacionado con noticias de actualidad, encuestas de opinión y eventos políticos relevantes en Ecuador. Además, utilizan la plataforma para informar sobre declaraciones y actividades de los personajes públicos más conocidos. Su actividad en X demuestra un enfoque en mantener a la audiencia informada sobre temas políticos y sociales de interés nacional.

En Facebook, *Ecuador Play* se presenta como un medio de actualidad y coyuntura política del Ecuador. Su página Ecuador Play se caracteriza por la publicación de noticias de última hora,

comunicados oficiales y contenido de interés general. Además, comparten declaraciones de autoridades del gobierno, lo que indica una labor informativa orientada a mantener a sus seguidores al tanto de decisiones gubernamentales y eventos de interés público.

La presencia en Instagram de *ecuadorplayec* probablemente busca atraer a un público más joven y dinámico, complementando la información compartida en otras redes con elementos visuales que faciliten la comprensión y el engagement. Ecuador Play se posiciona como un medio digital versátil, su presencia en redes sociales se distingue especialmente por la difusión de noticias sobre política, casos de corrupción, problemáticas municipales, procesos electorales en Ecuador, delincuencia organizada y acontecimientos internacionales.

Su estrategia en redes sociales demuestra una adaptación a las dinámicas comunicacionales actuales, utilizando diversas plataformas para ampliar su alcance y fomentar la interacción con diferentes segmentos de la población ecuatoriana. Al combinar contenido informativo con elementos visuales y participativos, Ecuador Play busca consolidarse como una fuente confiable y atractiva en el panorama mediático digital del país.

Ecuador Play emplea textos e imágenes diseñadas para captar la atención del público, incrementar la visibilidad e interacción de sus publicaciones y fomentar el crecimiento de su comunidad digital. Para ello desde el año 2023 recurren a ilustraciones generadas mediante programas de diseño y edición de imágenes que integran Inteligencia Artificial (IA), la cual desempeña un papel clave en la creación de estos contenidos.

Conformado por un equipo de 7 personas que actualmente forman parte de Ecuador Play entre periodistas, comunicadores y directivos, su labor radica en la constante transformación de sus contenidos, impulsada por la evolución tecnológica, Un ejemplo de ello es la incorporación de la inteligencia artificial en sus procesos, lo que ha exigido una continua adaptación. En este contexto, es relevante analizar cómo estos cambios podrían influir en la construcción de las noticias y en sus prácticas vinculadas a la ética periodística, lo que plantea el interés en estudiar este medio de comunicación digital.

2.2.1. Preguntas de investigación

Pregunta general

¿De qué manera se relaciona con la construcción de la noticia y las prácticas relativas a la ética periodística el uso de la IA en el medio de comunicación digital Ecuador Play?

Preguntas específicas

¿Qué implicaciones tiene la incorporación de la inteligencia artificial en Ecuador Play en la precisión, imparcialidad y veracidad de las noticias, y cuáles son los principales desafíos éticos que han surgido para los profesionales del medio durante su implementación?

¿De qué manera el uso de la inteligencia artificial en Ecuador Play interviene en la toma de decisiones editoriales y la selección de noticias, y cómo se garantiza que estos procesos cumplan con los estándares éticos del periodismo?

¿Qué mecanismos y directrices ha implementado Ecuador Play para asegurar la transparencia y la responsabilidad en el uso de la IA en la redacción y publicación de contenidos, y cómo perciben los periodistas y editores estas medidas en relación con su compromiso ético?

2.2.2. Objetivos de la investigación

Objetivo general

- Analizar cómo la incorporación de la inteligencia artificial en Ecuador Play afecta la precisión, imparcialidad y veracidad de las noticias, así como los desafíos éticos que enfrentan los profesionales del medio en su integración tecnológica

Objetivos específicos

- Evaluar el uso de la inteligencia artificial en la toma de decisiones editoriales y en la selección de noticias dentro de Ecuador Play, analizando cómo estos procesos se alinean con los estándares éticos del periodismo.
- Identificar los desafíos éticos que han surgido en Ecuador Play a partir de la implementación de la inteligencia artificial, con énfasis en la precisión, imparcialidad y veracidad de la información publicada.
- Analizar los mecanismos y directrices implementados por Ecuador Play para garantizar la transparencia y la responsabilidad en el uso de la inteligencia artificial en la redacción y publicación de contenidos.

- Examinar la percepción de los integrantes de Ecuador Play sobre los desafíos éticos que plantea el uso de la IA en la producción de noticias y el compromiso que el medio podría asumir para garantizar prácticas periodísticas responsables.

2.2.3. Hipótesis de la investigación

La implementación de la Inteligencia Artificial en Ecuador Play ha optimizado la rutina periodística del medio, generando transformaciones explícitas en su marco ético.

Hipótesis nula

El uso de la inteligencia artificial en Ecuador Play no está condicionado por una evaluación que regule sus límites éticos.

Hipótesis alternativa

El uso de la inteligencia artificial en Ecuador Play está condicionado por una evaluación que regula sus límites éticos.

Capítulo 3. Estrategia metodológica

La relevancia de aplicar una metodología cualitativa en el análisis del discurso y observación se manifiesta en la posibilidad de comprender de manera profunda la realidad social y cultural a través de la interpretación minuciosa de las palabras, acciones u omisiones presentes en el contenido producido por medios digitales nativos como Ecuador Play. Al utilizar esta metodología, es posible adentrarse en la complejidad de los discursos, desentrañar los elementos narrativos y retóricos empleados, y examinar cómo estos discursos se conectan y comunican con la audiencia específica a la que se dirigen. Esta aproximación cualitativa permite no solo analizar el contenido superficial de los mensajes, sino también comprender las implicaciones más profundas y los significados subyacentes que pueden influir en la percepción y la interpretación de la información por parte de la audiencia.

Por tanto, el acercamiento teórico al análisis del discurso se centra en desentrañar la complejidad del discurso a través de la identificación de sus componentes y su funcionamiento. Implica no sólo comprender los elementos característicos del discurso, como el contexto, el tema, los agentes implicados y los recursos lingüísticos, sino también adentrarse en su contenido que abarca la ideología, las argumentaciones, las técnicas de persuasión y las propuestas de acción implícitas y explícitas. Además, este enfoque busca generar un modelo completo que considere la relación entre todos los elementos analizados, su génesis, su expresión y sus consecuencias. El análisis crítico del discurso va más allá al cuestionar el poder inherente y buscar intervenir para desafiar posiciones dominantes. Este enfoque se orienta a descubrir, desmitificar y desafiar el poder a través de un análisis crítico del discurso opuesto, centrándose en la relevancia de situaciones problemáticas o cruciales más que en teorías o paradigmas disciplinarios específicos.

De esta forma, el análisis puede aplicarse tanto a signos lingüísticos como semióticos. El primero es un análisis centrado en las estructuras sintácticas y gramaticales y el segundo considera las prácticas discursivas e interacciones que se producen en torno al discurso (Karam 2005). En este sentido, “un análisis discursivo puede abordar estructuras paraverbales, visuales, fonológicas, sintácticas, semánticas, estilísticas, retóricas, pragmáticas” (Van Dijk 2000, 40). Este enfoque busca desentrañar las múltiples capas de significado presentes en el lenguaje y cómo estas contribuyen a la creación y reproducción de normas, valores y creencias en la sociedad, ya que el

discurso no sólo transmite información, sino que también refleja y reproduce relaciones de poder, ideologías y estructuras sociales, por lo que los teóricos de la comunicación que han contribuido a este campo han desarrollado marcos conceptuales y metodológicos para analizar su influencia en la construcción de la realidad, la identidad y las interacciones sociales.

Los postulados teóricos de la comunicación que se aplican al análisis del discurso incluyen varios aspectos fundamentales según los teóricos en este campo:

Consideración del mensaje como proceso inserto en contextos diversos

Se destaca la importancia de analizar el mensaje en su contexto, considerando a los participantes y sus roles sociales relevantes en la comunicación (Pujante 2003, 82).

Relación forma-significado en el uso comunicativo

Se plantea que la relación entre la forma y el significado en el uso del lenguaje no es arbitraria, lo que implica que la forma en que se comunica algo tiene un impacto en su significado (Wodak y Meyer 2001, 20).

Análisis de los géneros y su relación con las prácticas sociales

Se enfatiza la relevancia de analizar los diferentes géneros discursivos y cómo se relacionan con las prácticas sociales, lo que permite comprender mejor cómo se construyen significados en la comunicación (Castells 2009, 24)

Dimensión crítica en el análisis discursivo

Se subraya la importancia de incorporar una dimensión crítica en el análisis del discurso, lo que implica cuestionar las estructuras de poder, las ideologías y las relaciones sociales presentes en el lenguaje (Van Dijk 2003).

El discurso como práctica social y/o como realidad socio-cognitiva

Se plantea que el discurso no solo es una práctica social, sino también una realidad socio-cognitiva que influye en la construcción de la realidad y la identidad (Chilton 2004).

Estos postulados teóricos son fundamentales para comprender cómo se analiza el discurso desde una perspectiva comunicacional, considerando que al aplicarlo a través de entrevistas a los trabajadores de un medio digital implica tomar en cuenta el contexto, la estructura y el formato

del medio digital en el que laboran, así como la participación de sus audiencias, el uso de herramientas tecnológicas y la retórica digital para comprender la forma en que se construyen y se transmiten los discursos en este tipo de entornos, por lo que se plantea considerar los siguientes aspectos clave para llevar a cabo esta práctica:

- **Contextualización del Medio Digital:** Es fundamental comprender el entorno digital en el que se desarrolla el discurso, incluyendo características específicas como la interactividad, la inmediatez, la globalidad y la multimodalidad que influyen en la producción y recepción de mensajes (Moreno 2017).
- **Análisis de la Estructura y Formato:** Se debe examinar la estructura del medio digital, como la organización de la información, la navegación, la presentación visual y la interacción con el usuario, ya que estos elementos afectan la forma en que se construyen y transmiten los discursos (Belda y Casaña 2020).
- **Identificación de Audiencias y Participación:** Es crucial analizar las audiencias a las que se dirige el medio digital, así como su nivel de participación e interacción con el contenido. Esto permite comprender cómo se construyen los discursos para diferentes grupos y cómo se fomenta la participación del público (Berlanga 2012).
- **Uso de Herramientas Digitales:** El análisis del discurso en medios digitales puede beneficiarse del uso de herramientas tecnológicas para recopilar, categorizar y analizar grandes volúmenes de datos textuales y visuales, lo que facilita la identificación de patrones y tendencias discursivas (Hasbún 2015).

3.1. Metodología a emplear

El enfoque metodológico utilizado en el análisis del discurso, alineado con las preguntas y objetivos de investigación, es de naturaleza cualitativa, lo que facilita una inmersión profunda en la realidad para comprender su lógica interna. En el caso de Ecuador Play, un medio digital nativo, este estudio se orienta hacia la realización de entrevistas a sus periodistas, la observación directa y la recopilación de evidencias que posibiliten la exploración de los procesos sociales y las dinámicas laborales dentro de su entorno profesional.

A través de estas entrevistas, se busca entender cómo los periodistas construyen y transmiten sus discursos, considerando la dinamicidad de una realidad en constante cambio. Además de examinar la entrevista en sí, se tienen en cuenta las observaciones para obtener una visión crítica de todos los elementos que conforman la narrativa mediática. En este contexto, es esencial comprender que el entorno en el que se desarrolla cada unidad de investigación influye en la interpretación del discurso y en la comprensión de la realidad social que se proyecta a través de los contenidos en texto y las imágenes con IA.

Los pasos metodológicos que podrían emplearse al estudiar este medio digital son:

Muestreo y selección de participantes

Identificar y seleccionar el perfil de los periodistas involucrados en la producción de contenido en Ecuador Play. Utilizar un muestreo intencional para incluir participantes con diferentes roles y experiencias relevantes para el estudio.

Perfil sociodemográfico

El perfil sociodemográfico de los entrevistados se enmarca en un rango de edad entre los 25 y 35 años, conformado por hombres y mujeres pertenecientes a un nivel socioeconómico medio y se identifican como mestizos. Su lengua materna es el español, aunque también tienen conocimientos básicos de inglés. Sus lugares de residencia se ubican en zonas del centro, sur y los valles de Quito. En cuanto a su formación académica, todos cuentan con estudios de tercer nivel cursados en universidades públicas y privadas, con títulos en áreas como Periodismo, Comunicación Social e Ingeniería en Diseño Gráfico. Uno de los integrantes, el más reciente en incorporarse al grupo, se encuentra cursando una maestría en diseño UX/UI, que según nos explica está orientada a la creación de experiencias e interfaces de usuario eficientes, intuitivas y agradables en productos o servicios digitales, particularmente vinculados con el uso de la inteligencia artificial (IA).

Los demás miembros han expresado su interés por cursar estudios de posgrado relacionados con la Comunicación y la Opinión Pública, así como en temas vinculados al manejo de la IA. No obstante, las limitaciones económicas y la escasa oferta académica especializada en estas áreas han representado obstáculos para ello. A pesar de esto, buscan superar dichas barreras mediante

la autoformación, investigando de manera autónoma contenidos relacionados en plataformas digitales y espacios de aprendizaje en línea.

Laboralmente, trabajan jornadas de ocho horas que se distribuyen entre actividades en oficina y la recolección de información en espacios clave, como la Asamblea Nacional. Además, participan en turnos rotativos durante los fines de semana para cubrir eventos o novedades informativas, adaptando sus horarios de acuerdo con las necesidades del medio.

3.1.1 Entrevistas

Se ha realizado entrevista semiestructurada; con una guía de preguntas clave, pero permitiendo la flexibilidad para profundizar en temas emergentes por tratarse de un estudio cualitativo, pues permite explorar percepciones y experiencias.

Las entrevistas realizadas abordaron principalmente el uso de la inteligencia artificial en la producción periodística dentro de Ecuador Play, con especial énfasis en su aplicación en la generación y edición de imágenes. Se exploró cómo la IA ha sido integrada en la rutina de trabajo del medio, su impacto en la calidad informativa y la rapidez con la que se producen las noticias. Además, se indagó sobre el grado de control y supervisión que los periodistas ejercen sobre los contenidos automatizados, así como las percepciones respecto a la confiabilidad y precisión de estos materiales en comparación con los producidos manualmente.

Otro aspecto clave de las entrevistas fue el análisis de los desafíos éticos asociados al uso de IA en el periodismo. Se discutieron preocupaciones sobre la veracidad de la información, el riesgo de sesgos algorítmicos y las implicaciones que esto tiene en la responsabilidad editorial del medio. También se exploró la toma de decisiones editoriales, evaluando si la IA influye en la selección y jerarquización de noticias y si existen mecanismos para garantizar la transparencia en su uso. Finalmente, se abordó el compromiso ético del medio y la posibilidad de establecer regulaciones o directrices para asegurar que la tecnología se utilice de manera ética y responsable.

3.1.2. Observación

Llevar a cabo observaciones tanto en la redacción como de las publicaciones de Ecuador Play con el objetivo de analizar la implementación de tecnologías de inteligencia artificial en la producción

de noticias. Esto abarca la observación de las dinámicas laborales, la interacción entre el equipo de trabajo y el proceso de integración de los resultados generados por la IA en el contenido final, incluyendo las etapas de supervisión y aprobación.

Como parte de la estrategia metodológica, se realizó una observación participante en Ecuador Play mediante 10 visitas de aproximadamente dos horas cada una. Durante cada visita, se dedicó alrededor de 60 minutos a la observación directa del trabajo en la redacción, documentando las dinámicas laborales y el uso de herramientas de inteligencia artificial en la construcción de noticias. Se recopilaron evidencias en forma de fotografías y videos del proceso, con el objetivo de analizar posteriormente la interacción entre los periodistas y la tecnología utilizada.

Aquí, se ha observado sin interactuar directamente con los sujetos. Haciendo el papel de un observador externo, se han apagado las cámaras y grabadoras sin intervenir en la dinámica del grupo, tan solo observando con atención su comportamiento, esto se ha hecho en pequeños trayectos como a la llegada al medio o a la salida, cuando los comunicadores del mismo estaban concentrados en sus tareas actuando de una manera natural atento para captar detalles inesperados y descubrir dinámicas no anticipadas, lo que proporciona una riqueza de información valiosa, capturando cualquier aspecto relevante que surja en el proceso de construcción de noticias y en las prácticas éticas, requiriendo una alta capacidad de interpretación en el desarrollo de la investigación

3.1.3. Análisis del discurso

Este enfoque implica examinar el discurso de los actores en la elaboración de noticias del medio digital para identificar patrones, temas y enfoques comunicativos (Belda y Casaña 2020).

Este análisis se centrará en identificar cómo se discute y se percibe la IA en la redacción, cómo se conceptualiza la ética periodística en el contexto de la IA y cómo las prácticas periodísticas se adaptan o cambian debido a la integración de IA en el proceso editorial.

Transcribir y analizar el contenido de las entrevistas a profundidad y otras interacciones registradas, explorando cómo las opiniones individuales y las normas colectivas influyen en la percepción y práctica ética en relación con la IA. Al combinar estos enfoques metodológicos, se

puede obtener una visión integral y profunda de Ecuador Play, permitiendo un análisis detallado de sus noticias con imágenes recreadas por IA y su relación con la ética periodística.

Aplicar el análisis del discurso a las entrevistas realizadas a los miembros de un medio de comunicación digital que utiliza inteligencia artificial (IA) para la creación de contenido implica, un enfoque multifacético para desentrañar las complejas interacciones entre tecnología, práctica profesional y representación discursiva. Aquí se describe cómo se puede llevar a cabo este análisis:

3.2. Análisis contextual

Contexto Tecnológico: Considerar el estado actual de la tecnología de IA y su integración en los medios de comunicación. Esto incluye la comprensión de las capacidades y limitaciones de las herramientas de IA que utilizan.

Contexto Organizacional: Examinar la estructura y la cultura del medio de comunicación, y cómo influye en la adopción y uso de la IA.

Identificación de temas y categorías

Temas recurrentes: Identificar temas comunes mencionados por los entrevistados, como las ventajas y desafíos de usar IA, el impacto en la calidad del contenido, y las implicaciones éticas, identificando temas o patrones recurrentes. Examinando cómo se relacionan entre sí y qué narrativas emergen de los testimonios. Se tratará de identificar tanto consensos como discrepancias entre los entrevistados.

Perspectivas Diversas: Categorizar las respuestas según los roles y perspectivas de los entrevistados, que son: Gerente, director, diseñador, asistente de diseño y gestor de redes sociales.

Estrategias retóricas y lingüísticas

Elección de Palabras: Analizar la elección de palabras y frases que reflejan actitudes hacia la IA (por ejemplo, “herramienta innovadora” vs. “tecnología invasiva”).

Construcción de Identidad: Examinar cómo los entrevistados construyen su identidad profesional en relación con la IA (por ejemplo, “pioneros tecnológicos” vs. “guardianes del periodismo tradicional”).

Análisis de relaciones de poder

Distribución del Poder: Explorar cómo se negocian las relaciones de poder dentro del medio de comunicación en el contexto del uso de IA.

Interpretación crítica

Ideologías Subyacentes: Identificar y criticar las ideologías subyacentes en los discursos de los entrevistados.

Supuestos Culturales: Cuestionar los supuestos culturales y profesionales que informan el uso de la IA, tales como la noción de eficiencia y la redefinición de la creatividad.

3.3. Comparación y triangulación

Comparación de Perspectivas: Comparar y contrastar las perspectivas de sus integrantes para identificar convergencias y divergencias en sus experiencias y actitudes hacia la IA.

Triangulación con Otros Datos: Validar los hallazgos comparando con otros datos disponibles entre las observaciones realizadas, los casos de rectificación y contrastarlos con la teoría en materia de Comunicación y Opinión Pública.

El análisis del discurso aplicado a estas entrevistas proporciona una comprensión profunda de cómo los profesionales de un medio digital perciben y articulan su interacción con la IA, revelando las complejas dinámicas de poder, identidad y significado que surgen en este contexto tecnológico y mediático.

En vista de que en este estudio se busca examinar las evoluciones y renovaciones narrativas presentes en el medio digital Ecuador Play, cabe señalar que es necesario que la información se ajuste a las herramientas y secciones proporcionadas por las distintas plataformas de las redes sociales en las que tienen presencia, ya que la difusión de su contenido noticioso es distinta a la de los medios tradicionales. Esta disparidad suscita una relevante discusión sobre la importancia

y pertinencia del periodismo, así como sobre su adaptación y las formas de consumo informativo en el ámbito digital.

Es por ello que, se han planteado una serie de entrevistas al personal y visitas de observación al medio digital, mismas que serán objeto de un análisis cualitativo. El banco de preguntas está diseñado para quienes trabajan en Ecuador Play y abarcan una amplia gama de dimensiones relevantes, desde las implicaciones éticas hasta las consideraciones prácticas en la redacción y diseño de imágenes de sus noticias. Estas preguntas se convierten en herramientas fundamentales para indagar en las percepciones individuales y colectivas de los profesionales de la comunicación en torno a este tema.

En cuanto a la delineación de un perfil para quienes trabajan en este medio en donde el uso de la IA es un aspecto central para la creación de sus contenidos, se considera que haya una fusión de las habilidades convencionales del periodismo con competencias tecnológicas y éticas específicas. A continuación, se presenta un esbozo tentativo para estos periodistas:

- **Profundo conocimiento en periodismo y ética:** Es recomendable que los periodistas en Ecuador Play tengan un sólido entendimiento de los principios éticos del periodismo, incluyendo la verificación de fuentes, la precisión informativa y el respeto a la privacidad y derechos de las personas mencionadas en las noticias. Es importante que apliquen estos principios en un entorno donde la IA influye en el proceso de creación de contenido, para garantizar que éste “se apegue realmente a los que debiera ser, cuidando en todo momento aspectos que puedan ir en detrimento de las personas, así como los códigos deontológicos y legales respectivamente” (Cotera 2020, 34).
- **Competencia en tecnología e IA:** Dado el rol integral de la IA en Ecuador Play, es deseable que los periodistas cuenten con un dominio práctico sobre su funcionamiento en la producción de contenido, sin dejar de lado que, aunque el periodista cambia, como cambia la tecnología, el centro de su trabajo entendido como sus valores y su rol, se mantiene intacto (Cruz 2020). Esto abarca comprender los algoritmos empleados para generar noticias, así como la habilidad para interactuar con herramientas y plataformas específicas de IA.

- **Adaptabilidad y aprendizaje continuo:** En un panorama digital en constante evolución, se propone que los periodistas de Ecuador Play estén dispuestos a incorporar nuevas tecnologías y adaptarse velozmente a las actualizaciones y avances en IA y periodismo digital en los que “las nuevas tendencias tecnológicas de información y comunicación digital conlleva desafíos éticos en términos de identidad periodística profesional, valores sociales y morales que implican a la práctica digital de cada periodista” (Cotera 2020, 15-16). Esto demanda una mentalidad de aprendizaje constante y una disposición para experimentar con nuevas herramientas y enfoques.
- **Capacidad para contextualizar y analizar información producida por IA:** Aunque la IA contribuye a la generación de contenido, se considera meritorio que los periodistas en Ecuador Play puedan contextualizar y analizar críticamente la información producida por algoritmos, a fin de que sean capaces de identificar sesgos algorítmicos, evaluar la relevancia y credibilidad de las noticias generadas por IA, y aportar así valor periodístico mediante análisis e interpretación humanos, más aún si se toma en cuenta que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han hecho posible la producción y la distribución de noticias falsas a muy bajo costo y con un volumen y velocidad industriales (López 2019).
- **Habilidades de colaboración y comunicación:** Dado que el uso de IA en el periodismo es un campo interdisciplinario que involucra a periodistas, ingenieros de software, científicos de datos y otros profesionales, es recomendable que los periodistas de Ecuador Play cuenten con la capacidad de colaborar eficazmente con equipos multidisciplinarios. “En este sentido, la premisa es que la comunicación antecede a la colaboración” (Enríquez et al. 2016, 128) y esto requiere habilidades de comunicación sólidas y la capacidad de trabajar en equipo para garantizar la integridad y calidad del contenido generado por IA.

A los periodistas en medios digitales como Ecuador Play les corresponde ser profesionales éticos y capacitados que amalgaman habilidades tradicionales del periodismo con competencias tecnológicas específicas relacionadas con el uso de IA. Su capacidad para adaptarse,

contextualizar y agregar valor a la información generada con el uso de la IA será esencial para mantener altos estándares de calidad periodística en un entorno digital en constante evolución.

Dado que el equipo de Ecuador Play realiza una variedad de tareas que abarcan desde la cobertura informativa, el diseño gráfico, la redacción de noticias y la gestión de publicaciones, las preguntas formuladas buscan profundizar en la percepción del impacto de la inteligencia artificial en su labor diaria y en la integridad del periodismo. El objetivo es promover el desarrollo de prácticas periodísticas éticas, responsables y alineadas con las exigencias del entorno digital actual.

Este enfoque cualitativo nos permitirá comprender en profundidad las dinámicas internas de un medio de comunicación digital, especialmente en relación con la implementación y uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) en sus rutinas productivas.

Las entrevistas fueron aplicadas a los integrantes del medio digital objeto de estudio, bajo un esquema flexible y adaptado al rol y nivel de experiencia de cada uno dentro de la organización. Las preguntas variaron de acuerdo con sus funciones específicas o roles clave dentro del medio —como redactores, editores, diseñadores o gestores de contenido— así como con su familiaridad y uso directo de herramientas de IA. Esta estrategia permitió recabar información rica y contextualizada sobre cómo perciben y aplican la IA en su trabajo cotidiano, qué tipo de herramientas utilizan, qué limitaciones enfrentan y qué expectativas tienen respecto a su evolución.

Complementariamente, se realizaron visitas in situ a la sala de redacción del medio, donde se observó el flujo de trabajo de los equipos y sus dinámicas colaborativas. Se evidenció el uso de un canal de comunicación interno —un chat común— a través del cual se comparten avances de producción y se reciben aprobaciones o correcciones por parte de los jefes o directivos. Esta observación directa permitió identificar elementos clave del funcionamiento organizacional, como la toma de decisiones editoriales, la coordinación en tiempo real y el modo en que la tecnología es integrada de forma práctica en los procesos diarios.

La combinación de ambas técnicas —entrevista y observación— fortaleció la validez del estudio mediante la triangulación de datos, aportando una mirada integral sobre el fenómeno investigado. Los criterios de selección de los informantes respondieron a su participación activa en las

dinámicas comunicacionales del medio, su experiencia profesional y su vinculación con procesos de innovación tecnológica, particularmente con la incorporación de IA en el ejercicio periodístico.

En los medios de comunicación, el sesgo ideológico puede manifestarse en la selección de noticias, en la forma de presentarlas o en el énfasis que se le da a ciertos temas según una orientación política o ideológica. En el caso de la inteligencia artificial en medios digitales, el sesgo ideológico también puede estar presente si los algoritmos priorizan ciertos enfoques o narrativas sobre otros, afectando la pluralidad informativa. Para analizar el posible sesgo ideológico en el contenido de Ecuador Play, se han definido varios enfoques clave que permitirán evaluar la imparcialidad y el equilibrio en la construcción de las noticias. En primer lugar, se examinará la elección de titulares y el lenguaje empleado, considerando si se utilizan palabras con carga emocional para favorecer o criticar a determinados actores políticos o ideologías, así como el tono general de las publicaciones. Luego, se analizará el enfoque y encuadre de las noticias, explorando si se priorizan ciertos temas sobre otros y si la presentación de los hechos busca influir en la percepción del lector mediante la omisión o énfasis de ciertos aspectos. Además, se revisará la selección de fuentes y voces, determinando si se presentan múltiples perspectivas o si el medio favorece un solo espectro ideológico a través de sus entrevistados o fuentes citadas. Finalmente, se evaluará el uso de imágenes y gráficos, identificando si el material visual empleado refuerza una narrativa específica o si la selección de fotografías y representaciones visuales beneficia o perjudica a ciertos actores políticos o grupos sociales. Estos elementos permitirán establecer en qué medida la inteligencia artificial y las prácticas editoriales influyen en la objetividad y la ética periodística del medio.

Capítulo 4. Análisis de los resultados

El periodismo es el ejercicio diario de la inteligencia y el carácter, y requiere una vocación ética para buscar y divulgar la verdad

–Gabriel García Márquez.

Esta investigación se enfocó en el análisis de los resultados de las entrevistas y observaciones realizadas al personal del medio digital Ecuador Play con el objetivo de examinar si el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en este medio afecta la construcción de la noticia y las prácticas relacionadas con la ética periodística. Las entrevistas proporcionarán una perspectiva valiosa desde dentro del medio, permitiendo explorar las percepciones y experiencias de los periodistas y editores involucrados en la producción de contenido alimentado por IA.

Se eligieron las entrevistas y observaciones como fuente principal de datos debido a su capacidad para revelar las prácticas periodísticas y las consideraciones éticas en la era digital, pero también se puso atención en sus publicaciones en redes y las interacciones e impresiones de las mismas, así como en la observación a su trabajo durante los días de visita a las instalaciones del medio digital. Las entrevistas abordaron procesos como de toma de decisiones editorial, la perspectiva individual de sus comunicadores y la integración de tecnologías de IA en el flujo de trabajo periodístico. Además, se indagó sobre cómo se percibe y maneja la responsabilidad ética en la producción de sus noticias.

Se analizarán las actitudes hacia la automatización en la generación de contenido informativo y se explorarán las preocupaciones éticas surgidas de esta integración tecnológica. Este estudio contribuirá a una comprensión más profunda de la intersección entre la tecnología, la ética y la práctica periodística en un entorno mediático digital en constante evolución.

En el contexto de la entrevista a los comunicadores de Ecuador Play sobre el uso de inteligencia artificial (IA) en la creación de contenido, es necesario considerar las teorías de la comunicación y la ética periodística para evaluar si esta práctica transgrede las normas de deontología profesional.

Una de las particularidades que se observan en las redes de Ecuador Play es su enfoque de no intervenir directamente en los contenidos que difunden, evitando emitir comentarios escritos al

respecto. En su lugar, permiten que sus seguidores y usuarios reaccionen y expresen sus opiniones a partir de la publicación, la cual incluye un mensaje de aproximadamente 500 caracteres acompañado de una imagen generada mediante inteligencia artificial. Sin embargo, esto no implica una postura completamente neutral, ya que la investigación analizará cómo la integración de la IA en sus publicaciones se relaciona con la normativa de la ética periodística.

Este capítulo presenta los resultados de dicha investigación, realizada por medio de entrevistas y observación presencial al medio digital, revelando cómo la integración de la IA al trabajo de los comunicadores ha transformado tanto la creación de contenidos e influye en la toma de decisiones. El análisis de las entrevistas destaca las ventajas y descubre desafíos que la IA introduce en el ámbito periodístico, desde la eficiencia en la producción informativa hasta las preocupaciones éticas relacionadas con la transparencia y la precisión. A través de este análisis, se ofrece una comprensión íntegra de cómo Ecuador Play navega en este entorno tecnológico emergente, balanceando la innovación con el compromiso ético.

La corriente Kantiana, que sostiene que la ética se basa en deberes y principios universales, proporciona un marco teórico relevante para analizar estos cambios. Según Kant, es esencial tratar a cada persona como un fin en sí misma y no como un medio, y actuar guiados por el deber y la voluntad de hacer lo correcto, independientemente de las consecuencias. En este contexto, los jóvenes periodistas de Ecuador Play enfrentan la responsabilidad de integrar la IA en sus prácticas periodísticas de manera que respete estos principios éticos.

En el contexto actual del Ecuador, la creciente ola de inseguridad ha transformado la dinámica social y comunicativa del país. Los alarmantes índices de robos, secuestros y extorsiones evidencian un escenario en el que la delincuencia organizada ha ganado protagonismo, infiltrándose incluso en estructuras políticas y ejerciendo presión sobre diversos sectores, particularmente el periodístico. Las amenazas y agresiones contra comunicadores, orquestadas por grupos delincuenciales vinculados a intereses partidistas, no sólo vulneran la libertad de expresión, sino que generan un clima de autocensura y temor en la esfera mediática. Este panorama obliga a repensar estrategias de seguridad tanto individual como colectiva, priorizando la protección de las personas y la preservación de un ejercicio comunicativo responsable en medio de un ambiente adverso y desafiante. Por estos motivos las oficinas de Ecuador Play se

encuentran ubicadas a discreción en un edificio al norte de Quito, sin ningún rótulo que lo visibilice.

Foto 4.1. Edificio donde se encuentran las oficinas Ecuador Play



Foto del autor.

Este medio de comunicación digital, conformado por un equipo de cinco jóvenes periodistas de planta entre 25 y 35 años, nos brindó acceso a su redacción para explorar, a través de entrevistas y observación, sus respuestas, actitudes y reflexiones en torno al uso de la inteligencia artificial en su labor periodística. El estudio busca identificar cómo enfrentan el desafío de integrar esta tecnología en su trabajo, examinando hasta qué punto contribuye a fortalecer los principios de transparencia, veracidad e integridad, o si, por el contrario, plantea riesgos que podrían comprometer los valores fundamentales del periodismo.

La teoría sobre los principios editoriales y su relevancia en el campo de la comunicación y opinión pública enfatiza la importancia de un compromiso ético inquebrantable de los medios de comunicación con sus colaboradores y audiencia. Este compromiso implica salvaguardar la integridad comunicativa, intelectual e ideológica, así como respetar la esencia de la información y el medio de difusión. En la teoría revisada (Villanueva 2003), “estos principios editoriales

establecen la línea editorial de un medio y consolidan una conexión de confianza con el público, constituyendo un pilar fundamental en la relación recíproca entre los medios y su audiencia”.

Los medios adoptan diversas estrategias para proteger la integridad comunicativa, considerando factores ideológicos e intelectuales. En el caso de Ecuador Play, se busca analizar cómo se manejan prácticas de prevención ante publicaciones con contenido potencialmente racista o discriminatorio, así como el uso de señales de alerta frente a materiales que puedan fomentar la segregación. Esto podría revelar la existencia de acuerdos implícitos dentro del medio, reflejados en sus acciones y decisiones editoriales. La investigación se enfoca en descubrir qué elementos pueden estar faltando para consolidar un marco más estructurado que garantice la coherencia y responsabilidad en sus prácticas comunicativas.

Es importante destacar que, según el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, se consideran medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyen contenidos informativos y de opinión, teniendo los mismos derechos y obligaciones que la ley establece para los medios de comunicación tradicionales. Según un informe del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CORDICOM) de diciembre de 2021, se registraron 820 medios de comunicación en el país. De estos, 77 correspondían a medios en internet, lo que representa aproximadamente el 9,39% del total.

Sin embargo, no se dispone de datos públicos actualizados que indiquen la cantidad exacta de medios digitales registrados oficialmente en Ecuador, ni detalles específicos sobre su constitución,

ya que la dinámica del ecosistema digital implica la constante aparición y desaparición de medios. Además, la falta de un registro centralizado y actualizado dificulta obtener cifras precisas sobre el número total de medios digitales en Ecuador.

El avance de la inteligencia artificial (IA) en la producción de contenidos periodísticos ha generado transformaciones profundas en las prácticas informativas y en la construcción de noticias, especialmente en el ámbito digital. Medios como Ecuador Play han adoptado herramientas basadas en IA para la generación de imágenes muy sugestivas, buscando captar la atención de un público cada vez más inmerso en la inmediatez de la comunicación digital. Sin

embargo, esta práctica suscita interrogantes éticas fundamentales, particularmente en la representación de hechos y personas, y en la fidelidad al deber de informar con rigor y verdad.

Desde la perspectiva kantiana, las acciones deben estar guiadas por el deber y la voluntad de hacer lo correcto, sin depender de las consecuencias. Este principio encuentra resonancia en la concepción de “ética como una ciencia del comportamiento moral, descrita también como el estudio de una forma específica de conducta humana dentro de la sociedad”, (Sánchez, 1969). En el contexto del periodismo, la ética representa no solo un compromiso con la veracidad y la imparcialidad, sino también un deber hacia el respeto de los derechos de los involucrados y la responsabilidad social hacia la audiencia. En este marco teórico, el uso de IA en medios como Ecuador Play abre una discusión sobre los límites entre la creatividad tecnológica y la integridad periodística.

Buscamos identificar si las imágenes generadas con IA en Ecuador Play incorporan elementos visuales manipulados con la intención de impactar al lector y, potencialmente, influir en la percepción pública sobre ciertos actores y temáticas. A través de este análisis, exploramos en qué medida estas representaciones pueden desafiar los límites de la ética periodística o, por el contrario, mantenerse dentro de los principios de responsabilidad informativa.

La comparación entre la teoría de los principios éticos y la práctica en Ecuador Play pone en evidencia una posible brecha en la formalización y sistematización del proceso comunicacional. Mientras la teoría enfatiza la necesidad de principios claramente definidos y comunicados, en Ecuador Play buscamos explorar cómo se estructuran y aplican estos lineamientos en la práctica, y hasta qué punto existen mecanismos formales que regulen su uso en la producción de contenido.

En el contexto actual, la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo plantea importantes desafíos éticos y profesionales. Si bien esta tecnología tiene el potencial de optimizar diversos procesos, su uso sin una regulación adecuada podría reforzar prejuicios, generar discriminación y afectar derechos fundamentales y libertades individuales. El enfoque teórico resalta el argumento de establecer límites éticos que permitan mitigar los riesgos asociados a la implementación no regulada de la IA en la producción de contenido periodístico, garantizando así su aplicación de manera responsable y alineada con principios de transparencia y equidad.

Ilustración 4.1. Imagen sobre caso de Jorge Glas



Fuente: Ecuador Play.

Descripción: Un hombre, vestido con un uniforme naranja que sugiere reclusión, está atado con cuerdas y tiene un semblante serio. El fondo muestra múltiples imágenes de ratas, lo que genera un ambiente cargado de simbolismo negativo y sensacionalismo. Representación visual que refuerza una narrativa polémica sobre el caso de Jorge Glas, apelando a recursos visuales para impactar emocionalmente al espectador.

Es importante en este sentido, considerar que la integración de IA en el periodismo no solo se trata de la producción eficiente de contenido, sino también de cómo esta tecnología puede transformar la relación entre medios y audiencias. La capacidad de la IA para personalizar y optimizar el contenido puede mejorar la experiencia del usuario y aumentar la relevancia de la información presentada.

Ilustración 4.2. Publicación sobre el caso de Fabricio Villamar



Fuente: Ecuador Play (2020).

Noticia publicada el 2 de julio del 2020 antes del uso de la IA en Ecuador Play. La fotografía del personaje principal está bien integrada al diseño, sin señales de alteración por IA.

Ilustración 4.3. Meme sobre Andrés Arauz



Fuente: Ecuador Play (2025).

Noticia publicada el 20 de febrero de 2025, imagen generada o intervenida con inteligencia artificial, combinando elementos fotográficos con ediciones digitales avanzadas.

Las entrevistas realizadas al personal de Ecuador Play revelan una perspectiva práctica sobre el uso de IA en la producción de contenido.

“En nuestra línea editorial, a través de la crítica armamos estas noticias, utilizando signos que son conocidos en la cultura, fomentando de esa manera la comunicación” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 19 de marzo de 2024); manifiesta uno de los integrantes de equipo al explicar en que se basa su criterio al momento de recrear este tipo de imágenes.

Ilustración 4.4. Publicación acerca del proceso de Walter Solís



Fuente: Ecuador Play.

Descripción del gráfico: Un hombre vestido de traje está en una postura gesticulando, mientras el fondo muestra una biblioteca con libros, billetes, y fotografías de figuras políticas reconocidas, incluido Rafael Correa. Los elementos visuales refuerzan un contexto simbólico relacionado con poder, política y posibles vínculos económicos. La composición visual combina referencias al poder político y económico para influir en la percepción del espectador.

La implementación de IA en el periodismo, tal como se refleja en la teoría, requiere un equilibrio delicado entre aprovechar las capacidades innovadoras de la tecnología y mitigar los riesgos éticos inherentes. “El uso de la IA en el periodismo digital nos brinda una ventaja al momento de influir sobre el público, ya que a muchas personas en el Ecuador no les interesa la política, y es entonces a través de este lenguaje que es sencillo y fácil de analizar que se logra llegar de una manera más directa a la gente, resultando importante generar una crítica de las gestiones de los políticos” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 19 de marzo de 2024). Comenta uno de los comunicadores entrevistados al momento de ser consultado sobre si los diseños o también llamados por ellos “memes digitales” tienen la intención de generar un impacto en la opinión de los seguidores del medio.

Desde una perspectiva ética, la transparencia en el uso de la IA es un elemento clave para fortalecer la credibilidad del medio y generar confianza en la audiencia. Esto implica que los usuarios puedan identificar cuándo un contenido ha sido creado o modificado con IA y conocer los procesos editoriales que garantizan su precisión y objetividad. “La implementación de estas tecnologías en el periodismo debe ir acompañada de mecanismos de control y rendición de cuentas, asegurando que la automatización no desplace el criterio profesional ni la responsabilidad editorial” (Ufarte, Calvo y Murcia 2021).

Además, en un entorno mediático donde la inmediatez y la viralización de contenidos pueden generar impactos significativos en la opinión pública, el uso de IA en Ecuador Play debe alinearse con estándares deontológicos que prioricen el interés social y la calidad informativa. Esto significa que, aunque la IA pueda mejorar la eficiencia y la personalización del contenido, su aplicación debe estar orientada a fortalecer el derecho a la información, promoviendo un debate público fundamentado en hechos verificables y perspectivas diversas. El periodista manifestó:

Es super difícil mantener una línea entre la ética periodística basada en el principio que nosotros debemos tener sobre lo que es la viralidad del contenido, porque en muchos casos se han dejado pasar temas que si bien es cierto sabemos que se pueden hacer viral sin embargo pueden afectar a cierta persona, actor político o grupo, porque nos puede generar más ingresos pero a un costo muy alto, en Ecuador Play tratamos de ser neutrales no objetivos, priorizamos unos temas sobre otros por temporadas así los apagones, luego elecciones, tratando de ver lo que más habla la sociedad

ecuatoriana en la temporalidad, consideramos que sí enfatizamos ciertos aspectos para influir en la percepción del público pero lo hacemos con la intención de que ellos se enteren, por ejemplo el caso de Wilman Terán, mucha gente no sabe quién es, no genera tanta interacción, entonces debemos hacer énfasis en características que refuercen su descripción, si perjudica o no al aludido ya depende del subjetivo de la opinión de las audiencias, aquí no tratamos peyorativamente (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 19 de marzo de 2024).

Ilustración 4.5. Publicación sobre la sentencia a Wilman Terán y Maribel Barreño



Fuente: Ecuador Play.

Descripción del gráfico: La imagen muestra a dos personas vestidas con uniformes naranjas de prisión, representando un contexto judicial. El texto resalta una sentencia de 9 años de cárcel para Wilman Terán y Maribel Barreño por obstrucción a la justicia, en la parte inferior la marca del medio digital. La composición sugiere un enfoque sensacionalista con elementos visuales y textuales diseñados para captar la atención, sin evidenciar explícitamente si la imagen es real o generada artificialmente.

Un caso analizado se refiere a un incidente donde la inteligencia artificial generó y difundió una imagen errónea de un supuesto militar ecuatoriano. En la imagen, el militar aparece con un uniforme que corresponde al diseño de las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos, mientras

sostiene la bandera de Ecuador. Este error, que fue detectado y señalado por el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas de nuestro país y llevó a la institución a solicitar al medio digital responsable que dejara de utilizar esta tecnología debido a su potencial para desinformar o confundir a la opinión pública.

El incidente tuvo lugar en un contexto político y social delicado, marcado por los constantes estados de excepción declarados durante el gobierno de Guillermo Lasso, el 29 de abril de 2022. En ese periodo, se estaba llevando a cabo una consulta popular que buscaba medir el apoyo de la ciudadanía sobre si las Fuerzas Armadas debían participar en la seguridad interna como respuesta a los crecientes ataques perpetrados por grupos delictivos organizados (GDO). La publicación de la imagen generada por IA coincidió con debates públicos intensos sobre el papel de las Fuerzas Armadas en la seguridad del país y la influencia de los Estados Unidos en las políticas de Gobierno, lo que amplifica la polémica y puso en tela de juicio la ética y la responsabilidad del medio al utilizar tecnologías avanzadas en un escenario de alta sensibilidad política.

Ilustración 4.6. Militar ecuatoriano portando la bandera



Imagen creada con IA.

Descripción del gráfico: Recreación del diseño de un supuesto militar ecuatoriano, con uniforme estadounidense, sosteniendo la bandera de Ecuador. El error en el uso de inteligencia artificial

resaltó la importancia de la ética en los medios digitales, como en tiempos de debate sobre la seguridad nacional y la influencia internacional.

La teoría enfatiza la “necesidad de transparencia y responsabilidad en el uso de la IA” (Hansen et al. 2017), la inexactitud en la recreación del uniforme militar reflejó una deficiencia en los mecanismos de control de calidad y supervisión durante el uso de esta tecnología, así como un sesgo pre establecido en el algoritmo de esa IA utilizada. Este tipo de errores no solo afecta la precisión de la información, sino que también puede impactar negativamente en la credibilidad del medio y en la confianza del público.

Por otro lado, la respuesta de Ecuador Play, ha sido la de reconocer el error y su disposición a aprender y mejorar en el uso de la IA, reflejando una actitud proactiva hacia la transparencia y la responsabilidad. Sin embargo, la situación pone de manifiesto la necesidad de establecer un código deontológico propio para guiar el uso ético y responsable de la IA en el medio. Un manual deontológico proporciona directrices claras sobre cómo y cuándo utilizar la IA, estableciendo estándares para la verificación y corrección de errores, lo cual es un factor decisivo para mantener la integridad comunicativa.

A su vez la Ley Orgánica de Comunicación publicada en el año 2013 y cuya última reforma se dio en el año 2019 no regula la información u opinión que de modo personal se emite a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

La teoría establece que “las inteligencias artificiales no pueden decidir de forma autónoma la veracidad de una noticia, requiriendo la intervención humana para validar la información mediante fuentes confiables y verificables” (Bañuelos 2017). En Ecuador, donde la regulación y el debate sobre estas tecnologías son limitados, es vital manejar con cuidado la IA en el periodismo para evitar desinformación y mantener la confianza del público. Además, “el cambio

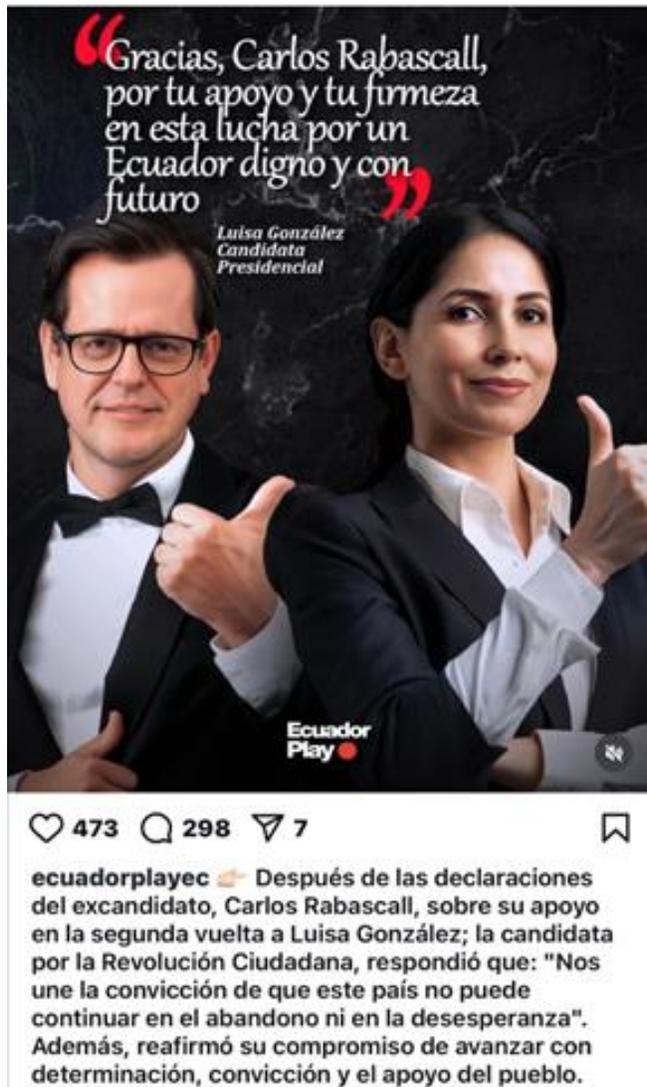
hacia medios digitales por parte de las audiencias jóvenes aumenta la importancia de una supervisión ética y responsable” (De La Garza et al. 2019).

“El humor facilista está en sexualizar las figuras, burlarse de cuestiones corporales, en los memes digitales lo que se critica es la gestión que hacen los políticos, y no sus rasgos físicos” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de abril de 2024). Así lo señala uno de sus comunicadores, quien menciona que los medios han experimentado un cambio que exige un lenguaje más rápido y directo. Al ser consultado sobre la posibilidad de que algún político critique estas gráficas generadas con IA o presente una denuncia, señala que “si se sienten afectados, deberían denunciar a todos medios del país, porque son varios los que realizan montajes con rostros de los políticos como parte de una nueva forma de mantener la comunicación” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de abril de 2024).

Ecuador Play explica que la IA es una herramienta auxiliar, donde los periodistas proporcionan la información y la guía necesaria para la recreación del diseño: “La IA es una herramienta que suple procesos en cuestión de armados de piezas gráficas, entonces nos ahorramos por ejemplo el hecho de estar buscando imágenes y no encontremos una a gusto de nuestro propósito, ahí es cuando utilizamos la IA” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de abril de 2024). Se observó que la IA no opera de manera autónoma ya que ellos intentan asegurar la precisión en la construcción del diseño bajo su criterio, aduciendo que el tratamiento de esa imagen se realiza desde una perspectiva ética, haciendo que los hechos presentados sean fehacientes y comprensibles, asumiendo una perspectiva crítica de la política.

Una preocupación central en el uso de IA en el periodismo es la transparencia. La teoría sugiere que “no informar al público sobre el uso de IA en la creación de contenido puede considerarse una falta significativa de transparencia, ya que los lectores tienen derecho a conocer los métodos detrás de las noticias que consumen” (Ferrara et al. 2016). En este sentido, se identifica un posible desafío ético al notar que Ecuador Play debería ser más explícito sobre el uso de IA ante sus seguidores.

Ilustración 4.7. Luisa González agradece su apoyo a Carlos Rabascall



Fuente: Ecuador Play.

Descripción de la imagen: La publicación de Ecuador Play utiliza imágenes generadas con IA sin especificarlo explícitamente, asumiendo que su público joven ya lo reconoce. Aunque esto responde a una tendencia de consumo digital, podría considerarse una omisión ética si se analiza desde la transparencia informativa. No aclarar el uso de IA en imágenes políticas puede influir en la percepción del contenido y en la confianza del público, especialmente en temas electorales donde la autenticidad es clave.

El uso ético y responsable de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo requiere la aplicación de principios fundamentales de transparencia y compromiso con la integridad comunicativa, intelectual e ideológica de los medios. “Los lectores tienen el derecho legítimo de comprender claramente cómo se implementa la IA y cómo se derivan las decisiones de la información recopilada” (Hansen et al. 2017.)

En paralelo, recordemos que la teoría manifiesta que “las IA deben ser utilizadas como herramientas complementarias y no como sustitutos de la labor periodística humana” (Cerón y León 2016). Al emplear la IA para tareas específicas como el diseño gráfico, mientras mantiene la redacción de noticias bajo supervisión humana, el medio busca asegurar que el contenido preserve precisión y calidad, elementos fundamentales en la construcción de noticias éticamente responsables. El caso de estudio de Ecuador Play ilustra cómo los desafíos éticos asociados al uso de la IA pueden abordarse mediante la implementación de prácticas que no solo cumplan con los principios fundamentales mencionados, sino que también respondan a las expectativas de una audiencia joven y digitalmente conectada.

“En un entorno donde los jóvenes prefieren los medios digitales sobre los tradicionales, la transparencia y la veracidad son esenciales para mantener la confianza del público” (De La Garza, y otros 2019), su capacidad para hacerlo dependerá en gran medida de su compromiso con estos principios éticos, fortaleciendo su credibilidad y legitimidad en la era digital. Sin embargo, medios digitales como Ecuador Play afrontan desafíos como la falta de regulación o debate público sobre la IA lo que puede llegar a generar desconfianza en el medio, afectando la percepción pública de la realidad, el medio enfrenta el desafío de posicionarse como una fuente confiable, su capacidad para hacerlo dependerá en gran medida de su compromiso con estos principios éticos, fortaleciendo su credibilidad y legitimidad en la era digital.

En la entrevista realizada se ha podido ir conociendo como los integrantes de Ecuador Play van ejerciendo el uso de IA en su labor diaria, así lo manifiesta uno de sus integrantes.

Ecuador Play tiene dos aristas, por un lado, están los artes gráficos, en los cuáles ya se usa claramente Inteligencia Artificial, y por otro lado estás publicaciones en TikTok que tienen otro método de creación de contenido. En el caso de los artes la IA está involucrada en un noventa por ciento, muchas veces el programa que nosotros utilizamos no permite recrear el rostro idéntico al

personaje y entonces ponemos su rostro real, no es por ningún tipo de preferencia, hay que mencionar que estos diseños, así como los videos y “copys” que se publican en nuestras redes pasan por la revisión del jefe de edición (entrevista a personal de Ecuador Play, 4 de abril de 2024).

En Ecuador Play, la supervisión y aprobación final del contenido por parte del jefe de edición es fundamental para garantizar la calidad y la veracidad del material publicado. Aunque la inteligencia artificial participa de manera significativa en la creación de diseños gráficos, estos, al igual que los videos y copys para redes sociales, son revisados rigurosamente antes de su publicación. Esta práctica responde a la necesidad de “validar la información generada mediante herramientas confiables, asegurando que el contenido no solo sea técnicamente preciso, sino también éticamente responsable” (Bañuelos 2017). La revisión editorial se convierte así en un pilar esencial para preservar la integridad y la credibilidad del medio en un entorno digital altamente competitivo. Ecuador Play se ve abocado a esforzarse por ser más transparente y seguir robusteciendo sus prácticas de verificación y supervisión humana para mantener la confianza de su audiencia y cumplir así con los estándares éticos del periodismo.

La dinámica del medio está basada en lograr la mayor cantidad de interacciones e ir aumentando los miembros de su comunidad digital, utilizando para ello a la IA en la creación de diseños, haciéndolo más atractivo o novedoso al público, cumpliendo de esta manera con su objetivo de monetizar el contenido para poder financiar las actividades del grupo, así lo manifiesta en la entrevista. “Dependemos de los seguidores que logramos captar en nuestras redes sociales, adaptándonos a diferentes temas de actualidad. Contamos con la ventaja de ser pioneros entre los medios digitales en el uso de la inteligencia artificial para la creación de noticias, lo que nos posiciona por delante de otros medios que aún no han adquirido la experiencia que nosotros hemos desarrollado” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de abril de 2024). Como se puede apreciar en los testimonios de sus comunicadores, la audiencia define gran parte del contenido informativo de la red basado en temas coyunturales determinando también el modelo de negocios de los medios online.

Como se puede analizar el desarrollo tecnológico provoca cada vez más problemas éticos y deontológicos, ya que la ética ayuda a los periodistas a determinar lo que es correcto en el periodismo, la misma se ve como el conjunto de normas objetivas, válidas para todos los que

ejercen esta profesión. En Ecuador Play no se reduce a normas y principios que buscan en la ética la solución de problemas prácticos y del momento, convirtiéndose en una necesidad imperante un manual de soluciones para problemas concretos. ¿Puedo usar una cámara escondida? ¿Puedo aceptar invitaciones a eventos de una empresa? ¿Debo callar la verdad en algún caso? Son preguntas que esperan una respuesta o fórmula para actuar. En Ecuador Play hay una idea más generalizada de la ética refiriéndose a la formulación de una actitud, de modo que ser ético es un modo de vivir, es el descubrimiento de cómo vivir como persona y como profesional.

Estamos ante una cruzada donde lo que tiene valor va cambiando, la economía industrial de la producción periodística funcionaba independientemente del modelo de negocios que hoy está siendo amenazado. Antes el ejemplar impreso de diarios, revistas, tabloides, tenía un precio; ahora en cambio en la era la virtual lo que vale es el acceso (el aparato y la conexión). Así podemos darnos cuenta en varios aspectos pues anteriormente se prioriza el valor del contenido y la información y ahora se valora en enlace y el proceso, haciendo que el medio no subsista por la fama sino por su posición en la red, (cómo está ranqueada en Google) así como antes era importante el alcance del medio, hoy lo es el contacto y la personalización (entrevista a personal de Ecuador Play, 4 de abril de 2024).

Como se puede apreciar en las declaraciones de uno de sus comunicadores, esta transformación ha creado nuevos dilemas éticos, ya que el equilibrio que existía entre la ética individual del periodista, la ética colectiva del periodismo y la ética del negocio se ha roto. La ética del nuevo periodismo está por inventar que ya sus fronteras clásicas dejaron de existir. En la Declaración de Chapultepec se resaltaba a “la prensa como un arma poderosa contra la tiranía y despotismo, y como un instrumento eficaz del progreso y la civilización” (Francisco Zarco 1944). Esto subraya la necesidad de que los medios operen de manera independiente, sirviendo al interés público sin estar sesgados por influencias ideológicas extremas.

Ecuador Play asegura tratar las noticias de manera uniforme, integrando el uso de la inteligencia artificial para la elaboración de artes gráficas. No obstante, durante esta investigación se exploró también la orientación ideológica de sus ejecutivos a través de la observación de las publicaciones en las redes de Ecuador Play y la línea editorial que proyectan, además de consultar a los demás periodistas del medio, ellos lo relacionan más como un medio alineado a la derecha. Esto debido a la referencia que guarda con un conjunto de valores, principios y

perspectivas políticas que suelen priorizar ciertos elementos como la defensa del libre mercado, la propiedad privada, el orden social, y la autoridad tradicional.

El tema de ideologías, extrema izquierda o derecha para mí son peligrosos, yo no me considero de ninguna de las dos tendencias, no le veo beneficioso la polarización; en el caso de los dueños del medio ellos han dispuesto que se asuma los ámbitos noticiosos desde las dos partes, y lo que a veces se nos acusa en las redes de ser correistas, o noboistas es falso. Considero que no existe un punto que nos defina como tal, no posteamos todas las noticias al mismo ritmo de otros medios, nosotros sacamos las noticias que consideramos que llamen más la atención, que sean relevantes y coyunturales, que nos generen interacción a nosotros (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de abril de 2024).

La postura del comunicador de Ecuador Play, al rechazar la polarización ideológica y afirmar que el medio busca abordar las noticias desde distintas perspectivas, refleja un esfuerzo consciente por proyectar objetividad e imparcialidad. Sin embargo, se evidencia “ningún medio de comunicación puede ser totalmente ajeno a las influencias políticas y económicas de su entorno”. (Busquet 2010; Rodríguez 2014). Aunque Ecuador Play intenta distanciarse de acusaciones de alineación política y prioriza contenidos que generen interacción y relevancia, su estructura organizativa puede condicionar indirectamente sus decisiones editoriales. Esto revela que la independencia informativa es compleja y siempre está mediada por dinámicas de poder y mercado, entablando una relación inevitable entre los medios de comunicación y el contexto político en el que operan.

“Los medios de comunicación no pueden entenderse sin analizar la naturaleza del Estado, el sistema de partidos políticos, las relaciones entre intereses económicos y políticos, y el desarrollo de la sociedad civil” (Rodríguez 2014). Aunque el medio afirma mantener una postura neutral y evitar influencias ideológicas, su funcionamiento está inevitablemente influenciado por el contexto político y económico del país, así como por la orientación ideológica de sus directivos. Esta realidad demuestra que la independencia total de un medio frente a su entorno es difícil de alcanzar, ya que factores externos e internos condicionan sus decisiones editoriales. En consecuencia, Ecuador Play enfrenta el desafío de equilibrar la presión del entorno político y económico con su compromiso ético de ofrecer información veraz y objetiva, reafirmando la

relevancia de comprender el contexto en el que operan los medios para analizar sus prácticas periodísticas.

“La interacción entre los sistemas de medios de comunicación y los sistemas políticos no es simple ni directa, la relación entre los sistemas de medios y los sistemas políticos es compleja y multifacética. Es decir que involucra múltiples capas de influencia mutua” (Hallin y Mancini 2008). Esto abarca cómo los medios reflejan, refuerzan o desafían las estructuras y dinámicas políticas, y cómo los sistemas políticos, a su vez, condicionan el funcionamiento, la organización y las prioridades de los medios. Esta relación está moldeada por factores históricos, culturales, económicos y sociales, lo que hace que sea necesario analizarla desde diferentes perspectivas para comprender su complejidad. Desde un enfoque estructuralista, se analiza la interconexión entre instituciones políticas y medios a través de normativas, regulaciones y modelos de financiamiento, lo que puede traducirse en dinámicas de control estatal o, en escenarios de mayor libertad de prensa, en influencias políticas indirectas.

La economía política de la comunicación, por su parte, examina el impacto de factores como la propiedad de los medios, la concentración del mercado y la dependencia de la publicidad estatal o privada en la agenda mediática, evidenciando cómo los intereses económicos pueden condicionar la cobertura informativa. Desde una perspectiva cultural y sociológica, se exploran los valores, ideologías y narrativas que los medios reproducen o desafían, destacando su rol en la construcción del discurso público, la formación de opinión y la participación ciudadana, especialmente en un entorno digital en constante evolución. La teoría del encuadre (framing) aporta al análisis de cómo la selección y presentación de la información incide en la percepción de la audiencia, favoreciendo o cuestionando determinados actores políticos. Finalmente, un enfoque histórico y comparativo permite examinar la evolución de esta relación en distintos contextos geográficos y políticos, identificando patrones comunes y particularidades en la manera en que los sistemas mediáticos interactúan con las estructuras de poder.

La publicación realizada el 11 de julio de 2024 donde se observa que se informa de la captura por parte de la policía de Ecuador de un funcionario público de carrera y médico de profesión para investigaciones correspondientes al delito de pornografía infantil. La descripción de la noticia manifiesta que el acusado de violación y pornografía infantil “tuvo varios cargos importantes en

el gobierno de Rafael Correa” junto a una foto de él, lo que provocó el rechazo en twitter del propio expresidente quien retuiteó la publicación de uno de sus simpatizantes que rechazaba la noticia, el expresidente complementó la publicación compartida con las palabras. “Fue miembro del Colegio de Médicos del Pichincha, de su tribunal de honor, etc., pero así es la mafia mediática. En fin” (entrevista a personal de Ecuador Play, 22 de julio).

Ilustración 4.8. Pablo Aníbal Izquierdo detenido por acusaciones de violación y pornografía infantil



Ecuadorplay @EcuadorPlay · Jul 11

#URGENTE El Pediatra **Pablo Aníbal Izquierdo Pinos** acusado violación y pornografía infantil, fue detenido por **@FiscaliaEcuador** para formulación de cargos.

Fue Asesor Presidencial en Salud del 2011 - 2013 y tuvo varios cargos importantes, en el gobierno de Rafael Correa.

A través [Show more](#)

TITULOS
Doctor en Medicina y Cirugía
Diplomado en Administración Servicios de Salud
Especialista en Pediatría
Especialista en Administración de Salud y Salud Pública
Especialista en Medicina del Trabajo (Salud Ocupacional)

EXPERIENCIA LABORAL
Médico Pediatra Hospital Pediatría "Baza Ortiz" (1990-1995) (por Concurso)
Médico de Salud Ocupacional del Departamento Médico del Consejo Nacional de Tránsito ley ANT 1995 (por Concurso)
Médico Sanitarista, Municipalidad de Buenos Aires, Argentina (96-2001)
Médico Titular (por Concurso) Hospital Pediatría, Hurlingham, Buenos Aires, Argentina (96-2001)
Médico de Guardia Pediatría Hospital de Morón, Buenos Aires, Argentina (96-2001)
Asesor del Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Salud de la República Oriental del Uruguay 2002

407 761 909 121K

Fuente: Ecuador Play (2024).

Ilustración 4.9. Rafael Correa critica la cobertura mediática sobre el caso de Pablo Aníbal Izquierdo



Fuente: Ecuador Play (2024).

Rafael Correa suele referirse a la prensa ecuatoriana como “mafia mediática” porque, durante y después de su presidencia, ha mantenido una relación conflictiva con varios medios de comunicación. Esta postura surge de su percepción de que gran parte de la prensa actúa de manera parcializada, favoreciendo intereses políticos o económicos contrarios a su proyecto político. Según Correa, ciertos medios manipulan la información, difunden noticias sesgadas o falsas, y operan como opositores directos, dejando de lado su rol imparcial y objetivo.

Además, durante su mandato, Correa implementó leyes y reformas en el ámbito de la comunicación, como la Ley Orgánica de Comunicación, que muchos medios criticaron por considerar que limitaba la libertad de prensa. Estas tensiones llevaron a un enfrentamiento constante, donde Correa argumentaba que la prensa actuaba como un actor político más, y los medios, por su parte, lo acusaban de intentar silenciarlos o restringir su trabajo. La expresión “mafia mediática” refleja, entonces, su crítica hacia lo que él considera prácticas periodísticas antiéticas y parcializadas que, según él, buscan desinformar o atacar a su movimiento político.

Ecuador Play por su lado se defiende, manifestando que en la nota se dice la verdad y no se pueden obviar ese tipo de cosas como que fue asesor de salud de la presidencia en ese gobierno,

además reconoce que la figura del expresidente es en cierta forma aprovechada por las dos partes, por los medios para generar interacción y hasta por el mismo (Rafael Correa) para seguir vigente en el panorama político como líder de su partido. Manifiestan que entienden como una pugna de poderes muy acentuada entre el gobierno de aquel entonces y la prensa, al recordar aquella imagen histórica de Correa rompiendo el diario La Hora al enterarse las noticias relacionadas a sobrepagos y posibles actos de corrupción, Ecuador Play asume que todos somos actores políticos en la sociedad, ya que los seguidores de su comunidad al dejar sus mensajes bajo las noticias, cuestionan, dan su opinión de los temas, debaten y hasta se insultan. “Yo apruebo totalmente la libertad periodística sin embargo no confundamos con el libertinaje periodístico, es decir comunicadores que difunden cualquier cosa o nos atacan difamándonos por llamar la atención y no cumplen con rigor un proceso responsable de periodismo” (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 22 de julio de 2024).

La interrelación entre los factores estructurales y contextuales crea un ecosistema mediático único en cada país. En Ecuador, el sistema de medios está condicionado por una mezcla de regulación estatal que, aunque más flexible en comparación con la época del correísmo, sigue presente; una marcada concentración en la propiedad de los medios, y un entorno político y económico en constante transformación. “No es posible modificar el sistema comunicativo de un país de forma caprichosa, sin tener en cuenta su evolución histórica y el contexto social y político en el que se inserta” (Busquet 2010, 166). Esto se conecta perfectamente con la idea de que los sistemas mediáticos, como en el caso de Ecuador, son moldeados por factores estructurales y contextuales únicos. Los medios deben navegar estas influencias mientras intentan mantener su independencia y objetividad.

En el caso de Ecuador, los factores estructurales y contextuales que influyen en su ecosistema mediático pueden desglosarse en los siguientes aspectos:

4.1. Factores estructurales

Existe un reducido número de conglomerados mediáticos que controlan gran parte de los medios tradicionales y digitales, lo que limita la pluralidad y genera una alineación con ciertos intereses políticos o económicos.

Las leyes relacionadas con la comunicación, como la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), han impactado profundamente en el funcionamiento de los medios, promoviendo ciertas garantías, pero también generando tensiones en cuanto a la libertad de prensa. Aunque las zonas urbanas cuentan con acceso a internet y tecnologías modernas, las áreas rurales suelen tener menor conectividad, limitando su acceso a información actualizada.

Los medios ecuatorianos, especialmente los independientes, enfrentan dificultades para financiarse debido a mercados publicitarios limitados y audiencias fragmentadas.

4.2. Factores contextuales

Los medios en Ecuador suelen operar dentro de un ambiente político polarizado, donde el periodismo frecuentemente se ve condicionado por las tensiones entre el gobierno, la oposición y los intereses económicos.

Ecuador es un país multicultural y plurinacional. Esto crea desafíos y oportunidades para los medios al intentar llegar a audiencias con distintas lenguas (como el quichua y otras lenguas indígenas) y perspectivas culturales.

El auge de las redes sociales y plataformas digitales está cambiando cómo las audiencias consumen información, favoreciendo la inmediatez y el contenido audiovisual sobre los medios tradicionales.

En un contexto marcado por noticias falsas y desconfianza en las instituciones, los medios deben esforzarse por reconstruir su credibilidad frente al público.

El acceso a medios globales y la adopción de tendencias tecnológicas como la inteligencia artificial (IA) impactan en cómo se producen y distribuyen las noticias a nivel local.

Publicaciones del medio digital Ecuador Play también han sido objeto de modificaciones que se han viralizado tergiversando determinadas noticias coyunturales, como es el caso de las elecciones presidenciales en Ecuador 2025.

Con el apoyo de la inteligencia artificial, estas imágenes se transforman en creaciones atribuidas al usuario, aunque no hayan sido generadas exclusivamente por esta tecnología. Sin embargo, establecer un marco regulatorio para estas prácticas resulta complejo, ya que pueden existir vacíos legales aún no definidos. El problema surge cuando se cruzan ciertos límites éticos, como la

sexualización de personas o el uso indebido de sus imágenes para actividades poco éticas, como fraudes o engaños en la red (entrevista a personal de Ecuador Play, 22 de julio de 2024).

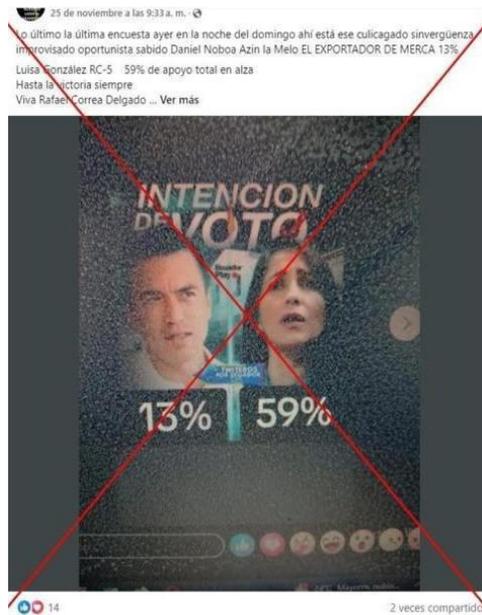
Veamos el siguiente ejemplo con esta publicación: El presidente de Ecuador, Daniel Noboa, y la opositora Luisa Gonzáles lideran la intención de voto para las elecciones de febrero de 2025. En este contexto, se compartió en redes sociales más de 1000 veces una gráfica con el logo del medio digital Ecuador Play que indica que Gonzáles tendría un 59% de preferencia, sobre el 13% del mandatario. No obstante, se trata de un montaje hecho a partir de una publicación del 2023. El caso incluso ha llamado la atención del portal AFP Factual, uno de los departamentos de fact checking de la agencia de noticias AFP de alcance global con una red de periodistas distribuidos en 150 países, AFP se distingue por su experiencia en la verificación digital. Los datos provienen de la encuestadora Click Research, que en su momento proyectó que Noboa alcanzaría el 55,16% de los votos válidos, mientras que González obtendría el 44,84%. Consultado por AFP Factual el 28 de noviembre de 2024, Ecuador Play confirmó que una de sus publicaciones sobre las elecciones presidenciales de 2023 fue alterada. “Esa no es nuestra línea gráfica, modificaron los datos para promover otra tendencia”, señaló el medio.

Ilustración 4.10. Encuestas presidenciales



Fuente: Ecuador Play (2024).

Ilustración 4.11. Intención de voto publicada en X por Ecuador Play



Fuente: Ecuador Play (2023).

Ilustración 4.12. Verificación de la noticia realizada por la Agencia AFP

AFP Factual

Compartir en: f X in

Elecciones Ecuador 2025

¿Ecuador Play publicó encuesta en noviembre de 2024 que da ventaja a Luisa González? 13% 59%

FALSO

Es falsa la encuesta atribuida a Ecuador Play sobre las elecciones presidenciales de 2025

Publicado el 28 de noviembre de 2024 a las 15:58
Modificado el 10 de diciembre de 2024 a las 13:42
2 minutos de lectura
Por AFP Colombia

Copyright © AFP 2017-2025. Cualquier uso comercial de este contenido requiere una suscripción. Haga clic [aquí](#) para obtener más información.

Fuente: Ecuador Play (2023).

Estos ataques son denominados como deepfakes y constituyen archivos de vídeo, imagen o voz manipulados mediante IA para parecer auténticos, y se han utilizado para crear contenido engañoso o perjudicial. “La proliferación de “deep fakes” representa una amenaza significativa, y es crucial establecer un marco regulatorio que aborde estos riesgos” (Yadlin y Oppenheim 2021). Los comunicadores de este medio concuerdan por una regulación en Ecuador para proteger a las personas de estafas y violaciones de privacidad mediante el uso de deep fakes, enfatizando la necesidad de un uso ético de la IA que proteja la integridad de los ciudadanos en general. Ante estos casos, más que una preocupación dentro del equipo, también se percibe una cautelosa satisfacción al notar que el nombre de su medio es utilizado por terceros para captar atención con una encuesta falsa. Esto es interpretado como un reflejo del impacto y la consolidación de su trabajo en las redes, lo que ha llevado a que algunos intenten aprovechar su alcance para viralizar este tipo de contenidos. Aunque no identifican a un adversario específico, reconocen que han sido objeto de ataques y acusaciones sobre supuestos sobornos, los cuales niegan categóricamente.

En Ecuador Play, creemos que el ecuatoriano promedio tiene hábitos de lectura limitados, posiblemente lee medio libro al año. Por ello, procuramos que los textos de nuestras noticias no sean demasiado extensos, ya que podrían no ser leídos ni generar interacción, buscamos que estos acompañen a la imagen generada con IA en la publicación. Nuestra plataforma depende del compromiso de la audiencia, el cual se mide a través de métricas como: me gusta, comentarios, compartidos, menciones de marca, retuit y favoritos (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 22 de julio de 2024).

Para identificar la posible orientación ideológica de Ecuador Play, es fundamental examinar su contenido y enfoque periodístico. En su perfil de X, el medio se presenta con el lema: “¡Periodismo con estilo! Investigación, Tendencias, Entrevistas y debates”. No obstante, determinar su línea editorial requiere de un análisis más profundo de sus publicaciones. Para ello, se ha revisado algunas realizadas en su cuenta de X entre el 26 y 27 de enero de 2025.

Ilustración 4.13. Publicaciones de Ecuador Play sobre asuntos nacionales



Fuente: Ecuador Play (2025).

Ilustración 4.14. Reto de Lucio Gutiérrez a Rafael Correa y declaraciones de Daniel Noboa



Fuente: Ecuador Play (2025).

Ilustración 4.15. Declaraciones de Guillermo Lasso y situación de violencia en Ecuador



Fuente: Ecuador Play (2025).

Es fundamental que para entender el trasfondo de sus noticias, será necesario un análisis de lenguaje y tono en sus publicaciones, evaluar la selección y enfoque que tienen sus noticias, analizando si hay un énfasis recurrente en narrativas que favorecen o critican a actores políticos específicos, determinando si se priorizan noticias sensacionalistas o si se busca un enfoque más analítico y reflexivo, observando si el medio incluye diversas perspectivas o si sus fuentes provienen mayormente de un solo espectro ideológico. Analizando si se citan expertos, políticos o instituciones con inclinaciones específicas. Evaluando si las imágenes generadas o editadas con IA refuerzan una narrativa específica. Identificando si la selección visual favorece o perjudica a ciertos actores políticos o sectores sociales. Revisando qué tipo de cuentas siguen, retuitean o mencionan en sus publicaciones y analizando las respuestas e interacciones con seguidores y si existe alineación con ciertos discursos predominantes en redes. A partir de este análisis, se podrá determinar si Ecuador Play mantiene una postura ideológicamente neutral, si presenta inclinaciones hacia determinados sectores o si su línea editorial responde más a la lógica de la viralidad y el engagement digital que a una intencionalidad ideológica explícita.

El sistema y contexto político y económico configuran una relación compleja entre el Estado y los medios en Ecuador. Es clave examinar cómo las tensiones entre la libertad de prensa y el control estatal impactan la calidad de la democracia y la función de los medios como agentes de control social y crítico. Se pueden identificar áreas de mejora en la legislación sobre medios, la protección de la libertad de expresión, y la formación de una ciudadanía informada y comprometida con los derechos humanos y la democracia.

4.3. El sistema político y su impacto en los medios

En primer lugar, es necesario contextualizar el sistema político de Ecuador, que es un sistema democrático, pero con desafíos en términos de la calidad democrática. Aunque las democracias en teoría permiten mayor libertad de expresión y autonomía de los medios, la realidad ecuatoriana ha demostrado que existen tensiones entre los medios y el Estado, especialmente en períodos de gobiernos con posturas autoritarias o con mayor control sobre las instituciones. Es importante identificar cómo las políticas públicas, los intereses económicos y las dinámicas de poder influyen en el comportamiento de los medios y en la relación con el Estado.

Comparar los regímenes autoritarios con las democracias es fundamental. En los regímenes autoritarios, los medios suelen estar sujetos a censura explícita o implícita, y el control del Estado sobre la información es total. Sin embargo, en las democracias, aunque la libertad de expresión es un principio, los medios pueden experimentar presiones tanto directas como indirectas (por ejemplo, amenazas legales, revocación de visas, acusaciones de atentar contra la seguridad nacional, etc.). La revocatoria de visa a periodistas extranjeros es un claro ejemplo de una medida que puede usarse como una forma de presionar a los medios, especialmente si su trabajo es visto como inconveniente para el gobierno. En este punto, es importante investigar y comparar estos mecanismos en el contexto ecuatoriano

Ecuador ha vivido períodos de tensiones políticas, protestas sociales y crisis económicas, lo que influye directamente en el panorama mediático. El sistema regulatorio no específico, la falta de legislación precisa sobre los medios y la concentración de la propiedad de los mismos en pocas manos, crea un entorno complejo para la libre expresión. Los medios ecuatorianos enfrentan limitaciones tanto económicas (falta de recursos para una producción independiente) como políticas (riesgo de represalias por informar en contra del poder).

4.4. Impacto del contexto sociopolítico dinámico

Ecuador es un país con un ambiente socio-político muy dinámico, donde las tensiones entre diferentes grupos de poder (por ejemplo, el gobierno, empresarios, movimientos sociales, etc.) afectan la cobertura mediática. El cambio constante en la agenda política y las luchas de poder entre el gobierno y otros actores sociales genera incertidumbre y cambia la forma en que los medios presentan la información. Además, las redes sociales, como un canal paralelo de comunicación, también juegan un rol clave al generar nuevas dinámicas de interacción entre los medios tradicionales y el público, lo que puede influir en la percepción pública de los temas políticos.

En el periodismo actual, la ética desempeña un rol esencial, especialmente con la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en los procesos de producción de noticias. La IA ofrece nuevas posibilidades para optimizar la generación y distribución de contenidos, pero también plantea desafíos relacionados con la precisión, la objetividad y la transparencia.

El principal reto que tenemos es el tema de la creación de manuales, Ecuador Play crece y es indispensable desarrollar manuales de principios de diseño con IA sujetos a códigos deontológicos, calculamos que tomará alrededor de un año desarrollarlo. Ejemplo en caso de indagación previa de algún delito por parte de la fiscalía no se deberá utilizar trajes naranja ni grilletes por su principio de inocencia, solamente cuando tengan sentencia ejecutoriada por un juez se podrán anexar elementos como el traje naranja, las esposas, las ratas, etc., porque a la final están en la cárcel (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 22 de julio de 2024).

Otro de los principales desafíos es garantizar la veracidad de la información, ya que los algoritmos de lenguaje natural pueden generar errores o sesgos involuntarios que comprometen la credibilidad de los medios. Además, la IA puede reforzar sesgos preexistentes en los datos con los que es entrenada, lo que influye en la cobertura mediática y puede generar narrativas parciales o discriminatorias.

La falta de transparencia en el uso de estas tecnologías también es un problema, ya que si no se especifica qué partes de un contenido han sido generadas o editadas por IA, se genera desconfianza en la audiencia. Asimismo, la capacidad de la IA para crear textos, imágenes y videos hiperrealistas aumenta el riesgo de manipulación y desinformación, afectando la

percepción pública de los hechos. Otro desafío es la posible pérdida de autonomía del periodista, pues si bien la IA optimiza tareas repetitivas, su uso excesivo podría reducir la capacidad de análisis e interpretación humana, debilitando el papel crítico del periodismo.

“Es fundamental establecer marcos normativos que regulen su aplicación en el periodismo para evitar la desinformación y, al mismo tiempo, aprovechar su potencial para fortalecer la calidad informativa” (Túñez 2021). Además, surge un dilema ético sobre la autoría y responsabilidad del contenido generado por IA, ya que no está claro si la responsabilidad recae en el periodista, el medio o la empresa desarrolladora. Finalmente, la automatización en el diseño de noticias puede impactar el modelo de negocio y el empleo en la industria, alterando la estructura de las redacciones y la dinámica laboral en los medios de comunicación. Para afrontar estos desafíos, es clave establecer códigos éticos claros. En este sentido, “la regulación de la IA debe abordar tanto los riesgos de manipulación de la información como las oportunidades que brinda para mejorar la verificación de datos y la eficiencia editorial” (Manfredi y Ufarte 2020).

Uno de los aspectos relevantes identificados en la investigación es que el medio no cuenta con un código deontológico formalizado, sino que sus principios éticos se establecen mediante acuerdos internos. Esta situación plantea interrogantes sobre los criterios que rigen la integración de la IA en su flujo de trabajo y sobre los mecanismos que emplea para garantizar la veracidad y la responsabilidad en sus publicaciones. La literatura sobre ética periodística subraya la “importancia de contar con directrices claras que orienten el uso de IA en la producción de noticias, a fin de evitar sesgos algorítmicos y garantizar la transparencia en la información que se difunde” (Ufarte, Calvo y Murcia 2021).

La utilización de IA para la creación de imágenes en Ecuador Play “podría afectar la manera en que los usuarios perciben la veracidad de la información, debido a la automatización en la producción de contenido” (Doval y Martín 2021). Ecuador Play argumenta que la transparencia sobre el uso de la IA en sus diseños no es necesaria debido a la familiaridad del público objetivo con esta tecnología. Afirma que su audiencia, compuesta principalmente por jóvenes de entre 18 y 35 años, entiende que los diseños se crean con IA y lo percibe como un valor añadido. Sin embargo, reconoce que si hubiera en la legislación una cláusula que exigiera la divulgación o aclaración del uso de IA en sus diseños, Ecuador Play la acataría.

“La capacidad de la IA para crear contenido realista pero potencialmente inexacto puede amplificar la desinformación” (Manfredi y Ufarte 2020). Aunque la IA, según afirman sus integrantes en Ecuador Play, se utiliza únicamente como una herramienta de ayuda bajo la supervisión humana, la falta de divulgación sobre su uso podría llevar a malentendidos sobre la veracidad del contenido. La ética periodística requiere no sólo la precisión en la información sino también la claridad sobre los métodos utilizados para su creación. “La ausencia de regulación específica sobre el uso de la IA en la creación de contenidos no debería ser una justificación para la falta de transparencia. La regulación es necesaria para establecer normas claras y proteger la integridad informativa” (Túñez 2021). La postura de Ecuador Play de esperar a una legislación para actuar de manera transparente refleja una visión reactiva en lugar de proactiva sobre la ética y la responsabilidad en el periodismo.

En estos casos, los rostros de los personajes no fueron generados por IA, aunque sí lo fueron los detalles del entorno. Ante la consulta sobre esta decisión, Ecuador Play explicó que se debe a una limitación técnica, ya que los programas que utilizan no logran reconocer ciertos rostros. Sin embargo, al preguntarles si podría haber algún otro motivo o interés detrás de esta práctica, se percibió cierta incomodidad entre los miembros del equipo, sugiriendo que los principales ejecutivos podrían cuestionar el propósito de la pregunta.

Ilustración 4.16. Representación de Leonidas Iza y Nicolás Maduro con un entorno generado por IA



Fuente: Ecuador Play (2025).

La teoría sugiere que la transparencia es un componente esencial de la ética periodística.

Por tanto, los medios en su papel de empresas que operan con la información y la comunicación adquieren un compromiso moral asociado a la naturaleza de estos bienes ‘cuyos objetivos empresariales deben estar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental, dada su relevancia e influencia sociales (Aznar 1999, 174)

Esta cita destaca la importancia de la transparencia en los medios de comunicación como parte de su compromiso moral y su rol en garantizar el derecho fundamental a la información, lo que refuerza su vínculo con la ética periodística.

El enfoque en la audiencia joven como justificativo para no revelar el uso de IA puede ser problemático. Aunque los jóvenes pueden estar más familiarizados con la tecnología, esto no significa que no valoren la transparencia. Además, este enfoque puede excluir a otros grupos demográficos que consumen el contenido pero que no tienen el mismo nivel de comprensión

tecnológica. La ética periodística debe considerar a toda la audiencia, asegurando que todos los grupos tengan acceso a información clara y precisa sobre cómo se crean los contenidos.

Es esencial que los medios de comunicación adopten una actitud proactiva hacia la transparencia y la ética, independientemente de la legislación existente. La confianza del público en los medios depende no solo de la precisión de la información, sino también de la claridad sobre los métodos utilizados para producir esa información. La integración de la IA en el periodismo debe ir acompañada de un fuerte compromiso con la ética y la responsabilidad, garantizando que la tecnología se utilice para mejorar la calidad informativa sin comprometer la integridad.

El uso de la inteligencia artificial (IA) en los medios de comunicación ha generado un debate significativo sobre las implicaciones éticas, técnicas y sociales de su implementación. Las implicaciones éticas serían la veracidad y manipulación de la información, ya que la IA puede generar contenido automatizado, pero sin supervisión humana rigurosa, existe el riesgo de difundir información inexacta o manipulada, lo que podría afectar la confianza del público en el medio.

Además, la transparencia en el uso de esta tecnología es esencial, ya que la audiencia tiene derecho a conocer en qué medida interviene en la producción informativa; de lo contrario, la falta de claridad podría generar desconfianza en el contenido publicado. Otro aspecto clave es la neutralidad, ya que los algoritmos pueden replicar sesgos preexistentes en los datos de entrenamiento, influyendo involuntariamente en la línea editorial sin una intención explícita del medio. Por ello, la IA no puede sustituir la ética ni el juicio crítico de los periodistas, siendo imprescindible la revisión final por parte del jefe de edición.

El medio digital Ecuador Play revela un proceso de adopción que ha sido planeado y consensuado en su dinámica de trabajo grupal diariamente, mientras que la teoría sobre la integración de la IA en el periodismo destaca la necesidad de habilidades especializadas y la posibilidad de sesgos. Este análisis examina cómo estas perspectivas convergen y divergen, proporcionando una visión integral de los desafíos y oportunidades que plantea la IA en el ámbito mediático.

En el proceso diario cada uno se pone a buscar noticias que serían relevantes dentro de las redes sociales, no tenemos un equipo gigantesco en territorio o en oficina, lo que nosotros hacemos es

buscar temas que causen un impacto en redes sociales, podemos hacer de lo que le roban a una vecina en la esquina o sale otro tema que encontraron un cargamento de droga en algún lado; nosotros nos enfocamos en este último porque sabemos que eso va a tener mayor repercusión en redes, una vez de acuerdo con el tema nos disponemos hacer una investigación, contrastamos fuentes, así mismo hay otras noticias coyunturales en las que el tiempo apremia, luego se da la directriz al equipo creativo donde está el diseñador y su asistente quienes tienen la libertad imaginativa para crear el diseño, luego regresa a nosotros para eso hay un chat de redacción donde además están los directivos del medio y entre todos sugieren y ajustan detalles, entre estas voces está la de la jefa de diseño quien hace cambios más estructurales y de texto, tratamos de sintetizar la información para hacer la noticia más digerible, para que la gente entienda y sobre todo se enganche ya que el medio a la final de lo que vive es de las interacciones (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 22 de julio de 2024).

El medio incorpora la IA en el diseño hace dos años y buscó aprovechar las capacidades avanzadas de la misma para atraer la atención del público creando diseños que se ven innovadores, y su producción es rápida y eficiente. “Tan solo la implementación no es suficiente; es importante que los periodistas adquieran las habilidades necesarias para gestionar eficazmente estas herramientas” (Ventura 2021). La formación tecnológica y la implicación social deben ser pilares fundamentales en la transición hacia un periodismo impulsado por la IA.

En el tema del software con el que trabajamos la empresa nos proporciona una parte y la otra la ponemos nosotros ya que las herramientas que usamos no son nada baratas, sobre la cuestión de capacitaciones hemos estado hablando con los dueños del medio para aprovechar espacios educativos como los de CIESPAL, de haber algún tema que nos interese; también de manera personal la mayoría de nosotros está inclinándose por seguir una maestría relacionada con el uso de IA en los campos de la comunicación, nos interesa y apasiona mucho el tema a todos los integrantes y cada vez nos asombramos de ir descubriendo sus avances en nuevas plataformas o métodos de creación, considero que es apenas el comienzo (entrevista a personal de Ecuador Play, 22 de julio de 2024).

“La formación en el uso ético y responsable de la IA es fundamental para asegurar que los periodistas y diseñadores no solo aprovechen las ventajas tecnológicas, sino que también mantengan un alto estándar de calidad y fiabilidad en su trabajo” (Canavilhas y Giacomelli 2023).

La implementación de IA en Ecuador Play presenta desafíos técnicos que requieren atención. Aunque facilita la creación de artes gráficas, su uso aún necesita mejoras para evitar errores de coherencia y contexto. Además, la dependencia de plataformas externas puede generar limitaciones debido a cambios en políticas, costos o restricciones tecnológicas. Por otro lado, el manejo de grandes volúmenes de datos plantea inquietudes en cuanto a seguridad y privacidad. Justamente desde la perspectiva teórica, el uso de la IA en el periodismo plantea varios desafíos. Ventura (2021) Destaca las diferencias en las habilidades requeridas para manejar esta nueva área de especialización y el potencial de los algoritmos para generar sesgos. La preocupación por los sesgos es especialmente relevante, ya que los algoritmos pueden perpetuar desigualdades y reforzar prejuicios existentes si no se gestionan adecuadamente. La IA está cargada de sesgos algorítmicos que si no son analizados coherentemente y con criterio formado pasan inadvertidamente a ser publicadas transgrediendo normas éticas del periodismo.

La implementación de IA en Ecuador Play impacta significativamente el consumo informativo, el ejercicio periodístico y la percepción pública. Su capacidad para personalizar contenidos beneficia a una audiencia joven acostumbrada a formatos breves y visuales; sin embargo, también puede limitar la diversidad informativa y reforzar burbujas de información. Además, la automatización de ciertas tareas periodísticas podría desplazar funciones tradicionales, lo que hace necesaria una mayor capacitación en el uso y verificación de contenido generado por IA. Por otro lado, si la selección de noticias se basa únicamente en la interacción del público y no en su relevancia para el debate social, la IA podría influir en la opinión pública y en la construcción de la agenda mediática, afectando la manera en que los ciudadanos perciben la realidad.

Este uso específico de la IA refleja una estrategia dirigida a captar la atención de un público joven, acostumbrado a consumir contenido visual de manera rápida y eficiente, sin largas y cansadas lecturas que no pueden ser del interés de los seguidores. Sin embargo, sobre la comunicación digital se habla como un proceso de producción y circulación de sentidos mediante TIC sugiere que este enfoque debe ir más allá de la mera eficiencia. “Los profesionales de la comunicación tienen la responsabilidad de transformar la información en conocimiento y gestionar ese conocimiento de manera efectiva” (Sánchez 2011).

Ecuador Play muestra cómo esta tecnología se utiliza para generar “contenidos visuales virales”, resaltando la velocidad y efectividad con que estos son comprendidos por su comunidad virtual. Se explica cómo la inteligencia artificial se integra al proceso creativo al configurar diseños gráficos definidos como imágenes cargadas de información que pueden ser asimiladas rápidamente, sin requerir explicaciones extensas. Este enfoque remite a las caricaturas políticas clásicas, en las cuales se recurre a la exageración de ciertos elementos para transmitir un mensaje claro y satírico, también llamados “memes virtuales”. En el contexto actual de la inteligencia artificial, este proceso se adapta a un nuevo paradigma donde la herramienta es capaz de interpretar y transformar el contenido solicitado por el comunicador en función de la orden proporcionada. De este modo la IA busca optimizar y modernizar los procesos de creación gráfica, potenciando tanto la eficiencia como la creatividad en la producción de contenido visual, sin estar exenta de los cuestionamientos abordados, pero claramente con oportunidades como mayor eficiencia en la producción de contenido y una mayor competitividad en el ecosistema digital.

La teoría destaca la necesidad de “que los medios comuniquen de forma transparente los contenidos generados mediante IA. La claridad en torno al uso de esta tecnología es crucial para mantener la integridad y la confianza en el periodismo” (Ufarte, Calvo y Murcia 2021). Se argumenta que los lectores tienen derecho a entender cómo se utiliza la IA y las decisiones que se toman en términos comprensibles. Esta necesidad de transparencia contrasta con la práctica en Ecuador Play, donde la IA se utiliza principalmente como una herramienta creativa sin necesariamente comunicar su uso al público.

Desde una perspectiva académica en Comunicación y Opinión Pública, el uso de la inteligencia artificial (IA) en los medios digitales plantea un doble enfoque: por un lado, la optimización de los procesos informativos y, por otro, la necesidad de garantizar principios éticos fundamentales como la transparencia y la responsabilidad social. Ecuador Play ejemplifica un enfoque pragmático y creativo en la adopción de la IA, evidenciado en su capacidad para incrementar la interacción y el alcance de sus contenidos. Sin embargo, la teoría advierte (Túñez 2021; Manfredi y Ufarte 2020) sobre la importancia de establecer marcos normativos y códigos deontológicos claros que regulen su implementación en el periodismo.

El dilema central radica en encontrar un equilibrio entre la eficiencia técnica que ofrece la IA y la necesidad de mantener la credibilidad de la información. “Los medios de comunicación tienen un compromiso moral con la sociedad, ya que la información es un bien público cuyo acceso y calidad deben estar garantizados” (Aznar 1999). En este sentido, “la transparencia en el uso de IA no solo fortalece la confianza de la audiencia, sino que también evita la desinformación y los sesgos algorítmicos que podrían afectar la percepción de la realidad” (Díaz y Chaparro 2018).

En el caso de Ecuador Play, la ausencia de un código deontológico escrito y el manejo del contenido basado en acuerdos internos representan un aspecto crítico que debe ser considerado. La literatura especializada (Oller et al. 2015) destaca que la regulación de las tecnologías emergentes en el periodismo debe abordar tanto sus beneficios como sus riesgos, asegurando que la automatización no comprometa la integridad del mensaje periodístico ni la independencia editorial.

Por lo tanto, la implementación de la IA en medios digitales como Ecuador Play no sólo debe centrarse en la optimización de su alcance y eficiencia, sino que debe integrar mecanismos que garanticen la rendición de cuentas con la identificación clara de los contenidos generados con esta tecnología. La comunicación digital, en su evolución constante, exige no solo innovación, sino también una responsabilidad ética que permita consolidar un periodismo confiable y alineado con el derecho fundamental a la información veraz y plural.

Ecuador Play emplea la inteligencia artificial para generar imágenes satíricas de figuras políticas, un espacio donde la teoría y la práctica coinciden y, a su vez, presentan contrastes en el uso de esta tecnología dentro del ámbito mediático. La decisión de recurrir a la IA para elaborar este tipo de contenido responde a la intención de cuestionar y criticar a las autoridades en el poder.

En una sociedad hiperconectada, donde la atención de un ciudadano promedio ante un mensaje dura apenas unos segundos, la percepción y comprensión de la política han cambiado significativamente. En la era de las redes sociales, los seguidores o lectores analizan cada tema político fragmentándose en múltiples formatos, como breves textos, imágenes o videos, que consumen a través de publicaciones sucesivas en plataformas digitales.

Esta transformación en la forma de difundir la información ha dado lugar al poder del meme digital o imagen viral, un recurso comunicacional capaz de sintetizar la gestión de un funcionario

en una sola imagen de humor político. Este formato resulta atractivo para las audiencias y, en la mayoría de los casos, el meme político tiende a debilitar la popularidad de un candidato más que a favorecerla. Convertirse en el centro de un meme viral durante una contienda política suele traducirse en una disminución del apoyo y en la exposición a la burla en la opinión pública y en redes sociales durante días o incluso semanas. No obstante, en ciertos casos, las burlas pueden terminar beneficiando al postulante.

Por qué una imagen de humor político puede ser tan perjudicial. La razón es sencilla: el meme amplifica de manera extrema las vulnerabilidades de los políticos o candidatos, tanto en su expresión verbal como no verbal, y aprovecha la carga emocional que rodea la política y el proceso electoral. El meme expone de manera contundente las deficiencias técnicas de un actor político, evidenciando limitaciones previamente desconocidas o, en algunos casos, su habilidad para distorsionar la realidad con cinismo y desfachatez. Este recurso visual, caracterizado por su carga humorística, refleja la dimensión emocional del voto en el contexto actual y puede influir en la decisión del electorado, ya sea reforzando percepciones negativas sobre un candidato, destacando su falta de idoneidad o asociándolo con un grupo percibido como menos competente.

En Ecuador Play también se ejerce el derecho a réplica, un derecho que le corresponde por ley al aludido, en caso de reclamos por parte de las personas involucradas en las noticias. Si Ecuador Play destaca que en su medio se ejerce el derecho a réplica, pero esto ocurre principalmente después de recibir reclamos, surge la pregunta de si antes de la IA ya existía un patrón de errores o enfoques polémicos que luego intentaban corregir con la réplica. Si este patrón es recurrente, podría indicar un modelo editorial basado en la controversia para maximizar interacciones y tráfico, asumiendo que la corrección posterior no afecta gravemente su credibilidad. Sin embargo, si se abusa de este mecanismo, se convierte en una práctica cuestionable que bordea la irresponsabilidad periodística, ya que el derecho a réplica es una garantía legal para equilibrar la información, no una excusa para publicar sin rigor y luego rectificar solo cuando hay presión. Esto podría afectar la confianza del público y, a largo plazo, restarle legitimidad al medio.

Uno de los casos de rectificación recopilados en la investigación fue el de la exalcaldesa de Guayaquil Cynthia Viteri, quien pidió derecho a la réplica por una publicación del medio que recreaba su rostro con IA en uno del post y que ella consideró perjudicial para su imagen.

Yo acepto que hubo culpabilidad, ya que el arte que revisamos y aprobamos estaba mal, porque le pusimos a Viteri con el traje naranja cuando recién le iban a investigar por un caso de supuesta corrupción en el municipio de Guayaquil que estaba en indagación previa, entonces ella tiene el principio de inocencia y nosotros no podemos sacarle con el traje naranja, no podemos decirle que es culpable, pero el uso del color en el traje representó lo contrario, es un error humano que lo hemos reconocido, y una vez que el reclamo lo hizo el esposo de Viteri, nosotros inmediatamente dimos de baja la noticia y sacamos la rectificación donde pedíamos disculpas, en general los diseños con el traje naranja que es con los cuales los presos van a sus audiencias, se lo realiza una vez que esta persona está con una sentencia ejecutoriada (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de febrero de 2025).

Ilustración 4.17. Noticia recreada con IA y difundida por Ecuador Play



Fuente: Ecuador Play (2024).

Ilustración 4.18. Captura de imagen de aclaración y disculpas del medio



Fuente: Ecuador Play (2024).

Tratamos de evitar a toda costa los problemas legales, ya que somos un equipo pequeño, a diferencia de los grandes medios no tenemos un buffet de abogados que nos defiendan, hemos sido víctimas de amenazas de un exlegislador que tiene problemas con la justicia cuando nosotros sacamos la nota porque teníamos las evidencias o pruebas de su delito, recibí una llamada intimidatoria, lo que comuniqué al dueño del medio, obviamente como tengo familia decidí dar de baja esa noticia de todas las redes y no seguir con el tema, es decir recibimos un fuerte hostigamiento, luego también a través de comunicados a nombre del asambleísta donde nos amenazaba enjuiciarlos y hasta cerrar el medio (entrevista a personal de Ecuador Play, Quito, 4 de febrero de 2025).

Son las palabras de uno de sus comunicadores, quien comparte un caso en el que experimentó una intensa presión que afectó el desarrollo habitual de su labor. Esto nos invita a reflexionar sobre el abuso de poder por parte de ciertas autoridades, quienes buscan impedir la difusión de hechos o investigaciones, llevando a comunicadores y periodistas a optar por el silencio antes que exponerse a riesgos.

Acerca de la importancia de la participación activa de los usuarios en el proceso comunicativo manifiesta que “los usuarios no solo se convierten en receptores activos, sino que también alteran y revolucionan el papel de las fuentes de información” (Muro 2012). En el contexto de Ecuador Play, la creación de contenido satírico mediante IA invita a la participación y a la interacción de los usuarios. Estos memes digitales no solo son consumidos pasivamente, sino que también son comentados, compartidos y reinterpretados por los usuarios, moldeando el panorama comunicativo en su conjunto.

Este enfoque participativo se refleja en la práctica descrita por Ecuador Play, donde las imágenes satíricas sirven como un punto de partida para el diálogo y la crítica social. La IA, en este caso, actúa como un catalizador para la interacción y la participación activa de los usuarios, quienes aportan diversidad y vitalidad a la red de interacciones sociales en línea. En el caso de Ecuador Play, aunque la IA se utiliza para fines creativos y críticos, ocasionando a menudo diversas reacciones entre políticos aludidos o sus partidarios.

Ilustración 4.19. Publicación sobre Pabel Muñoz y la remodelación del colegio Benalcázar



Fuente: Ecuador Play.

La imagen del alcalde Pabel Muñoz pintando un muro, en el contexto de la noticia sobre la remodelación del Colegio Benalcázar, se inscribe dentro de la tendencia actual de la

comunicación digital, donde la imagen y el humor político se convierten en herramientas clave para la interpretación de la gestión pública. Si bien la intención de la nota es informar sobre la inversión del municipio y el debate en torno a la construcción del muro, el uso de esta imagen puede llevar a una percepción subjetiva, ya que sintetiza visualmente una postura crítica en lugar de ofrecer una representación neutral del hecho.

Desde un punto de vista positivo, la imagen logra captar la atención del público y genera conversación en redes, permitiendo que la ciudadanía se involucre activamente en el debate sobre el espacio público y la seguridad. “La participación activa de los usuarios en el proceso comunicativo transforma el consumo de la información en una dinámica de interacción y reinterpretación” (Muro 2012). En este sentido, la imagen y el formato de la noticia potencian el alcance de la información al fomentar el diálogo y la crítica social, lo que puede considerarse una forma de democratización del debate público. Sin embargo, el uso de este tipo de imágenes también puede caer en el riesgo de simplificar la discusión, convirtiendo la gestión de un funcionario en un símbolo satírico que, como se señala a través del meme, puede amplificar vulnerabilidades o distorsionar la percepción de la realidad política. Esto plantea un dilema ético para el periodismo digital: si bien el uso de la imagen favorece la viralización del contenido, también puede condicionar la objetividad de la noticia y afectar la credibilidad del medio. En este caso, Ecuador Play, al incluir una imagen con un fuerte componente interpretativo, se enfrenta al desafío de equilibrar el impacto visual con el rigor informativo.

Las interacciones en redes sociales respecto a la gestión del alcalde Pabel Muñoz, particularmente sobre la inversión en la remodelación del Colegio Benalcázar y la construcción del muro, reflejan una tendencia predominante de críticas y rechazo, principalmente por el alto costo de la obra. Con un volumen significativo de interacciones (44 mil vistas, 540 compartidos y 758 “me gusta”), la conversación en Twitter ha estado marcada por comentarios negativos que cuestionan la pertinencia del gasto y ridiculizan la imagen del alcalde en su rol de pintor.

Esta reacción negativa es consistente con el fenómeno del humor político y la viralización de imágenes satíricas, donde el impacto visual y el tono crítico refuerzan la percepción pública de una gestión polémica. En este caso, la imagen del alcalde pintando el muro ha servido como catalizador para la indignación ciudadana, generando un efecto amplificador en las redes.

A pesar de esto, también se observan algunos comentarios defendiendo la obra como una necesidad en términos de seguridad estudiantil, aunque en menor proporción. Además, un pequeño sector ha dirigido sus críticas hacia el medio que difundió la información, sugiriendo que el enfoque de la noticia podría tener un sesgo.

Veamos algunos de los mensajes que aparecen en el post de Ecuador Play haciendo alusión a la noticia publicada:

Ilustración 4.20. Reacciones a la noticia publicada por Ecuador Play



Fuente: Comentarios de X.

La narrativa dominante en redes sociales posiciona la obra y la figura del alcalde en un escenario de cuestionamiento y burla, lo que demuestra el poder de las imágenes en la opinión pública. Este caso también evidencia cómo el costo de una obra pública puede convertirse en el eje central del

debate ciudadano, dejando de lado otros aspectos técnicos o justificativos del proyecto. Un medio digital como Ecuador Play puede beneficiarse económicamente de las interacciones en redes sociales a través de diversas estrategias de monetización. La gran cantidad de interacciones generadas por las publicaciones aumenta el alcance del medio, lo que puede traducirse en ventajas comerciales. En este caso, sí hay mensajes anclados con auspiciantes, es probable que estas marcas paguen por visibilidad dentro de un contenido de alto engagement.

Redes sociales como Facebook, Instagram, X (Twitter) y Tiktok ofrecen ingresos a medios a través de programas para monetización. Un medio con alto engagement puede calificar para recibir pagos basados en impresiones o clics en anuncios insertados en sus publicaciones. Al generar alto alcance y viralidad, el medio digital demuestra a potenciales patrocinadores que tiene una audiencia activa y comprometida. Esto facilita la negociación de contratos publicitarios con marcas interesadas en aprovechar ese tráfico. Si la monetización se hace a través de la plataforma directamente, los anunciantes pagan a la red social, que a su vez distribuye un porcentaje de las ganancias a los creadores de contenido en función del tráfico y las interacciones generadas. Las interacciones virales no solo incrementan el alcance del medio, sino que también lo convierten en un espacio atractivo para marcas que buscan posicionamiento digital, como es el caso de la noticia expuesta donde aparecen marcas publicitarias como estas.

Ilustración 4.21. Publicidades generadas con inteligencia artificial



Fuente: Publicaciones recopiladas de X.

El caso de Ecuador Play evidencia una transformación en el modelo de negocio dentro del ecosistema mediático digital, basada en la integración de la inteligencia artificial (IA) en la producción de contenido. Al emplear IA para la creación de memes virales con un enfoque en la crítica política, el medio ha logrado captar la atención del público de manera más directa, consolidando su presencia en las redes y diferenciándose de otros actores del mercado que son su competencia. Este giro de negocios no solo responde a la necesidad de innovar en la forma de comunicar, sino que también demuestra una adaptación a las dinámicas actuales de consumo de información, donde la inmediatez y el impacto visual son determinantes en la viralización del contenido.

La transparencia en el uso de IA no solo refuerza la confianza del público, sino que también garantiza una utilización ética de la tecnología. Esto es particularmente importante en el contexto de la sátira política, donde la manipulación de imágenes y la creación de contenido pueden tener

un impacto significativo en la percepción pública y en el debate político sin embargo no están exentos del error pues en ocasiones la IA puede repetir sesgos almacenados en sus algoritmos que pueden superar el control en la redacción, produciendo algún tipo de afectación en la ética periodística que debe regir en un medio.

Un aspecto clave de esta estrategia es la delimitación ética del humor empleado. A diferencia de otros formatos satíricos que recurren a la burla de rasgos físicos, raza, género o identidad sexual, Ecuador Play establece un marco de contenido que se enfoca exclusivamente en las acciones y consecuencias de sus decisiones políticas. Esta orientación permite mantener un tono de crítica social pero también genera controversias que podrían afectar su credibilidad y alcance.

En términos teóricos, “la noción de responsabilidad social de los medios implica generar contenido que contribuya al debate público sin reproducir narrativas que refuercen estereotipos o vulneren la dignidad de los individuos” (Aznar 1999).

Además, la influencia de este enfoque está trascendiendo el propio medio, debido a lo cual se encuentra un cierto recelo en contar detalles como el nombre de los programas o software utilizados, pues el temor es que se filtre información y los medios de la competencia usen las mismas herramientas dentro del ecosistema digital ecuatoriano al adoptar la IA en sus estrategias de contenido. Esto sugiere un proceso de expansión y normalización del uso de herramientas automatizadas en la comunicación, lo que podría modificar el panorama mediático en el país. La propagación de esta tendencia en estos últimos años refleja no solo la evolución tecnológica del periodismo digital, sino también el creciente uso del humor político como mecanismo de interpretación y crítica de la realidad sociopolítica.

Esta práctica se alinea con el concepto de “la comunicación digital como un proceso de producción y circulación de sentidos mediante el uso de tecnologías de la información” (Sánchez 2011). La IA, en este contexto, actúa como una herramienta que facilita la creación de contenido visualmente atractivo y capaz de captar la atención de un público que de otra manera podría no interesarse por la política. La teoría señala que la IA puede ser un arma de doble filo en el ámbito mediático. Por un lado, “tiene el potencial de mejorar la eficiencia y calidad del periodismo; por otro lado, plantea riesgos significativos de propagación de información engañosa y manipulación

mediática” (Meneses 2023). Este dilema es crucial para el debate sobre la integridad del derecho a la información y el futuro del periodismo en la era digital.

“La IA es una disciplina multifacética que busca replicar las capacidades cognitivas humanas en sistemas computacionales” (Moncayo 2016). Sin embargo, la autonomía y los derechos fundamentales de las personas deben ser respetados en todo momento por estos sistemas para alinearse a la ética del periodismo. Este principio es fundamental para asegurar que la IA no se convierta en una herramienta de discriminación o abuso, sin embargo, su producto puede ser difundido muchas veces inadvertidamente afectando la construcción de la noticia. “Al ser una herramienta recientemente difundida cuyo manejo aún sigue en estudio y las leyes de control todavía permanecen al margen, es importante considerar la advertencia” (Meneses 2023); sobre la facilidad con la que los sistemas de IA pueden ser utilizados para manipular la información, es fundamental mantener una vigilancia constante y establecer normativas claras para evitar el uso indebido de estas tecnologías.

La transición de la televisión a las redes sociales ha impuesto un lenguaje más rápido y accesible. La IA permite la producción rápida de imágenes referenciales, ahorrando tiempo y recursos. Este enfoque busca involucrar al público en el análisis a través del humor político que maneja Ecuador Play en las publicaciones que hacen referencia a temas donde se observa a funcionarios públicos y políticos. La teoría en comunicación respalda esta transformación, señalando que “las tecnologías de la información facilitan la producción y circulación de sentidos” (Sánchez 2011). Sin embargo, esta práctica también debe enfrentarse a “los riesgos asociados con la manipulación de información y la creación de contenido engañoso” (Meneses 2023).

Cuando se cuestiona qué sucede si una figura pública se siente afectada en su honra, Ecuador Play señala que estos individuos tendrían que demandar a todos los medios que utilizaron IA para hacer referencias a ellos. Este comentario subraya la necesidad de un marco legal robusto que proteja tanto la libertad de expresión como los derechos individuales. Las normas deontológicas de la Ley Orgánica de Comunicación proporcionan una base para este marco, garantizando que cualquier crítica se realice de manera justa y respetuosa con derecho a la réplica, sin embargo, no menciona el uso de la IA de una manera responsable, asegurando que esta tecnología enriquezca y no degrade la calidad del discurso público.

Teóricamente, “la IA ha acelerado el ritmo del periodismo y otras disciplinas, obligando a los profesionales a adaptarse a nuevas competencias y habilidades derivadas de la tecnologización”. (Canavilhas y Giacomelli 2023). Esta transformación es evidente en cómo los diseñadores gráficos y comunicadores de un medio digital deben aprender y dominar el uso de IA para mantenerse relevantes y competitivos en el mercado laboral.

Ecuador Play argumenta que, aunque existen vacíos legales, la IA ha llegado para quedarse y puede hacer los procesos más interesantes. Sin embargo, reconoce que su uso descontrolado podría tener consecuencias negativas. La regulación gubernamental está llena de vacíos y no puede asegurar que la IA se utilice de manera ética y responsable. La teoría respalda “la necesidad de preparar a los profesionales para un entorno cambiante y tecnologizado, sin perder de vista los fundamentos éticos del periodismo y la comunicación” (López, Rodríguez y Pereira 2017). La regulación puede servir como una guía para que los diseñadores y periodistas utilicen la IA de manera que respete estos fundamentos. El uso ético de la IA en el diseño gráfico y el periodismo requiere una comprensión profunda de sus capacidades y limitaciones. La IA puede facilitar la creación de contenido original, pero también plantea riesgos de manipulación y desinformación si no se maneja adecuadamente. La regulación puede ayudar a mitigar estos riesgos, estableciendo estándares claros para el uso responsable de la tecnología, el problema radica en quienes hacen las leyes, ya que estas se procesan siempre más lentamente que el avance tecnológico.

En Ecuador Play, de manera progresiva, se integran nuevos procesos de producción que permiten a los profesionales desarrollar habilidades y conocimientos necesarios para mantenerse actualizados y competitivos de manera progresiva. Actualmente, continúan en un proceso de aprendizaje en el que la capacidad de adaptación resulta fundamental dentro de un mercado laboral en permanente transformación. Sin embargo, este proceso también debe ir acompañado de un compromiso con la ética y la responsabilidad en el ejercicio periodístico.

La teoría académica enfatiza la importancia de la ética en la incorporación de nuevas tecnologías en el periodismo y la comunicación. “La IA ha cambiado la dinámica de la búsqueda y consumo de información, lo que requiere que los profesionales se adapten y adquieran nuevas habilidades”.

(Canavilhas y Giacomelli 2023) Al mismo tiempo, “estos cambios no deben comprometer los principios fundamentales del periodismo” (López, Rodríguez y Pereira 2017).

Ilustración 4.22. Diseño generado con IA en menos de diez minutos



Fuente: Ecuador Play.

A la interna del equipo del medio digital se destaca el papel de la IA en la innovación y el impulso a la creatividad en los artes gráficos. A ellos la IA les proporciona herramientas que permiten a los diseñadores explorar nuevas formas y estilos, facilitando la creación de imágenes o memes virales. Esta afirmación está en línea con lo señalado por Canavilhas y Giacomelli (2023), quienes consideran a la IA como un “precioso auxiliar” que acelera el trabajo periodístico y contribuye a la eficiencia en la producción de contenido gráfico. Los integrantes de Ecuador Play nos relatan que hace 4 a 5 años aún no se usaba la IA en la producción de sus diseños, lo que representaba alrededor de hora y media de diseño tradicional hasta poder lograr el producto esperado y se perdía la coyuntura por cuanto la difusión de la noticia exige inmediatez para no

perder la interacción, en la actualidad se ingresa la instrucción o conjunto de palabras que se le proporciona a un modelo de inteligencia artificial para generar una respuesta específica y en un tiempo estimado de 10 minutos ya tienes un diseño generado.

La formación continua en el uso de IA no solo es esencial para maximizar los beneficios tecnológicos, sino también para minimizar las limitaciones y desafíos que presenta. “La formación en el uso ético y responsable de la IA es fundamental para asegurar que los periodistas y diseñadores no solo aprovechen las ventajas tecnológicas, sino que también mantengan un alto estándar de calidad y fiabilidad en su trabajo” (Canavilhas y Giacomelli, 2023).

Se señala que la efectividad de la IA depende en gran medida de la precisión en la generación de textos que ingresan la orden o indicaciones específicas que se proporcionan a la IA para generar contenido, requieren de una formulación cuidadosa para obtener los mejores resultados. Esta necesidad de precisión y atención al detalle en el uso de la IA resalta la importancia de la capacitación constante y el desarrollo profesional del equipo.

La intervención humana sigue siendo esencial para garantizar la integridad del contenido y para supervisar y corregir posibles sesgos algorítmicos que puedan surgir. “Es preciso que los medios adopten políticas que garanticen la transparencia y la ética en el uso de la IA, lo que incluye la supervisión humana para corregir posibles desviaciones y asegurar una representación justa y precisa de la información” (Rojas 2019).

“La transparencia en el uso de la IA y la supervisión humana son fundamentales para mantener la credibilidad y fiabilidad de la información” (Ramonet 1999). La capacidad de Ecuador Play para manejar estos desafíos y adherirse a principios éticos determinará su éxito a futuro en la era digital. Como hemos visto existe el riesgo de sesgos algorítmicos, donde la IA podría reproducir o amplificar prejuicios existentes en los datos que utiliza para aprender. Esto podría llevar a la producción de contenido que no es imparcial o que refuerza estereotipos negativos.

Además, el uso de la IA en el periodismo plantea preguntas sobre la sostenibilidad del empleo. A medida que la IA asume más tareas, existe la preocupación de que algunos roles tradicionales en el periodismo puedan desaparecer. Sin embargo, es importante señalar que la IA también puede crear nuevas oportunidades, especialmente en áreas que requieren habilidades técnicas y de gestión de datos, otro reto que estos jóvenes comunicadores están dispuestos asumir.

Foto 4.2. Equipo de planta de Ecuador Play en oficina de redacción



Fotografía del autor.

“La información debe ser creíble y fiable, lo que implica que debe tener un mínimo de garantías relacionadas con la ética, la honestidad y la deontología” (Ramonet,1999). La supervisión humana es esencial para asegurar que la IA no solo produzca contenido eficiente, sino que también cumple con estos estándares de calidad. Los comunicadores deben recibir formación continua en el uso de herramientas de IA, así como en las mejores prácticas para la generación de órdenes a través de textos y la supervisión del contenido producido por la IA y contar con las licencias de funcionamiento para su mayor eficacia. Ecuador Play manifiesta varios problemas asociados con el uso de la IA, como los deep fakes que requieren un alto grado de control o supervisión para evitar difundir este tipo de noticias.

Los comunicadores de Ecuador Play expresan preocupaciones sobre el control gubernamental excesivo de la IA, comparándolo con las prácticas restrictivas en países como Rusia y China. Este control podría atentar contra la libertad de expresión y el derecho a la información. “Aunque es importante regular el uso de la IA para prevenir la desinformación, también es crucial proteger los derechos fundamentales de los ciudadanos, incluida la libertad de expresión” (Manfredi y

Ufarte 2020). La regulación debe equilibrar la necesidad de prevenir el abuso de la IA con la protección de los derechos individuales y la promoción de una diversidad de voces en el espacio digital.

“Es importante la conexión emocional entre los periodistas y la audiencia” (Shin 2021). Aunque la IA puede replicar la eficiencia en la generación de contenido, la capacidad de comprensión emocional y la conexión humana siguen siendo esenciales. Los periodistas deben interpretar emociones, comprender matices culturales y adaptarse a contextos cambiantes para construir relaciones duraderas con su audiencia. Esta conexión humana es crucial para fomentar la confianza y la credibilidad en las noticias.

El uso de la inteligencia artificial (IA) en Ecuador Play debe gestionarse de manera equilibrada, garantizando que la innovación tecnológica no comprometa los principios fundamentales del periodismo, como la veracidad, la justicia y la confianza pública. A medida que las herramientas de IA se integran en la producción de contenidos, resulta imprescindible establecer criterios claros que regulen su aplicación, evitando la manipulación informativa, los sesgos algorítmicos y la difusión de contenidos engañosos.

Por lo tanto, la adopción de IA en el periodismo no debe ser vista únicamente como una estrategia de optimización de la producción de contenidos, sino como una oportunidad para redefinir el compromiso del medio con la ética periodística. La clave radica en encontrar un equilibrio entre la innovación tecnológica y la responsabilidad social, garantizando que el uso de IA en Ecuador Play contribuya a un ecosistema informativo más riguroso, transparente y confiable para la ciudadanía.

La deontología, entendida como los “deberes profesionales extrajurídicos y éticos, pero mínimamente exigibles dentro de cada profesión, es esencial en el ámbito de los medios” (Vásquez 1991). Esto es particularmente relevante en el contexto actual, donde la IA puede afectar la veracidad y la equidad de la información difundida. Los códigos deontológicos orientan la conducta de los profesionales de la comunicación para garantizar la veracidad, imparcialidad y respeto a los derechos fundamentales en su labor informativa.

Aunque la IA ha mejorado la dinámica de trabajo en Ecuador Play, existen preocupaciones sobre la dependencia creciente de esta tecnología que podría llevar a una pérdida de la creatividad

humana, convirtiendo a los periodistas en “seres automatizados”. Esta observación es coherente (Shin 2021) con las preocupaciones sobre la capacidad de la IA para replicar la eficiencia en la generación de contenido, pero no la comprensión emocional y la conexión humana, que son esenciales para construir relaciones duraderas con la audiencia.

La formación adecuada de los profesionales del periodismo en el uso de la IA es crucial para aprovechar sus beneficios de manera ética y responsable. “Es importante integrar principios éticos como la beneficencia, no-maleficencia, autonomía y justicia en el desarrollo y aplicación de la IA” (Floridi et al. 2021). Además “los principios de aplicabilidad y responsabilidad, argumentando que los afectados por el mundo digital deben poder comprenderlo” (Cortina 2019). Esta formación debe centrarse en promover prácticas responsables y asegurar que las decisiones impulsadas por la IA sean coherentes con valores éticos y sociales.

Los profesionales de la comunicación deben estar bien formados en el uso de la IA, y los marcos regulatorios deben ser sólidos para prevenir abusos y garantizar que la tecnología se utilice de manera ética y responsable. Las decisiones de las grandes empresas que dominan el mercado de datos influyen significativamente en el futuro del uso de la IA en el periodismo. Esto refuerza la idea sobre la necesidad de preparar a los periodistas para un entorno cambiante, donde las tecnologías no solo transforman la manera de comunicar sino también los valores y principios del periodismo tradicional.

Ecuador Play pone de manifiesto varios aspectos cruciales de la comunicación digital moderna: la importancia de la adaptabilidad y la innovación en la creación de contenidos, el impacto de las tecnologías emergentes como la IA en el periodismo, y la necesidad de mantener un equilibrio entre la tecnologización y los valores fundamentales del periodismo. En un entorno mediático en rápida evolución, los creadores de contenido deben navegar con habilidad las demandas tecnológicas mientras preservan la integridad y la profundidad informativa para cumplir su función social de manera efectiva.

Conclusiones

La inteligencia artificial plantea nuevos desafíos éticos en la comunicación social, requiriendo un equilibrio constante entre la innovación tecnológica y los valores humanos fundamentales.

— Shoshana Zuboff

Ecuador Play, al incluir una imagen con un fuerte componente interpretativo, se enfrenta al desafío de equilibrar el impacto visual con el rigor informativo, también demuestra una adaptación a las dinámicas actuales de consumo de información, donde la inmediatez y el impacto visual son determinantes en la viralización del contenido.

El uso de la inteligencia artificial (IA) en Ecuador Play ha transformado significativamente la producción de contenido, optimizando los procesos de creación y distribución de noticias. La IA permite generar imágenes y gráficos con rapidez, facilitando la viralización de contenidos en redes sociales. Sin embargo, se identifican varios desafíos éticos clave:

La ausencia de un código deontológico formal en Ecuador Play para regular el uso de la inteligencia artificial en la producción de noticias representa un desafío significativo para la transparencia y la ética periodística. Sin un marco normativo explícito, las decisiones editoriales pueden quedar sujetas a interpretaciones individuales, lo que podría derivar en inconsistencias en la aplicación de criterios éticos y afectar la credibilidad del contenido publicado. Además, la falta de directrices claras dificulta la rendición de cuentas y deja abierta la posibilidad de que la IA sea utilizada de manera poco rigurosa o incluso manipulativa, comprometiendo la confianza del público en la veracidad de la información. En un contexto donde la tecnología avanza rápidamente, establecer normas precisas sobre el uso de IA no solo garantiza un periodismo más responsable, sino que también fortalecería la reputación y fiabilidad del medio.

La falta de transparencia en la generación de contenido en Ecuador Play, especialmente en el uso de inteligencia artificial para la creación o modificación de imágenes, representa un riesgo para la percepción de autenticidad y confianza del público. Al no informar claramente cuándo un contenido ha sido generado por IA, se genera incertidumbre sobre la veracidad de la información presentada, lo que puede afectar la credibilidad del medio. La ausencia de etiquetado o aclaraciones explícitas podría interpretarse como una omisión intencionada o incluso como una estrategia para influir en la opinión pública sin una advertencia clara. En un entorno mediático

donde la desinformación es una preocupación creciente, garantizar la transparencia en el uso de IA se vuelve fundamental para preservar la ética periodística y fortalecer la confianza de la audiencia.

El uso de inteligencia artificial en la generación de imágenes y contenido en Ecuador Play conlleva el riesgo de sesgos algorítmicos que pueden distorsionar la representación de ciertos actores políticos o eventos. Sin una supervisión rigurosa, la IA puede reproducir o amplificar prejuicios presentes en los datos con los que ha sido entrenada, lo que podría afectar la imparcialidad periodística y la objetividad de la información. Esto no solo influye en la percepción pública de los hechos, sino que también puede consolidar narrativas parciales que favorezcan o perjudiquen a determinados sectores. Para evitar estos riesgos, es fundamental que el medio implemente mecanismos de control y revisión que garanticen una representación equilibrada y fiel a la realidad, reforzando así su compromiso con la ética periodística y la transparencia informativa.

La automatización de contenido visual mediante inteligencia artificial en Ecuador Play plantea un desafío significativo en términos de precisión y veracidad de la información. Sin una validación rigurosa, la IA puede generar material inexacto o engañoso, lo que compromete la calidad del contenido periodístico. Los algoritmos pueden producir imágenes o textos que, aunque parezcan verosímiles, no reflejan con exactitud la realidad, lo que puede llevar a la difusión de información errónea. Para evitar estos problemas, es fundamental que el medio implemente controles editoriales estrictos, combinando el uso de tecnología con la supervisión humana, garantizando así que la información publicada cumpla con los estándares éticos y de precisión que exige el periodismo.

La supervisión editorial y el control de calidad en Ecuador Play son fundamentales para garantizar la precisión y ética en el uso de IA en la producción de contenidos. Aunque el medio realiza una revisión interna antes de la publicación, la ausencia de un protocolo formal para regular la aplicación de IA deja margen para errores, sesgos o posibles manipulaciones visuales. Sin un marco normativo claro, el riesgo de difundir información inexacta o imágenes alteradas sin justificación aumenta. Para fortalecer su rigor periodístico, Ecuador Play debería establecer procedimientos específicos de verificación, integrando mecanismos de supervisión más

estructurados que permitan detectar y corregir posibles inconsistencias generadas por la IA antes de que el contenido sea publicado.

La incorporación de inteligencia artificial en la producción de noticias puede afectar la percepción pública del periodismo, generando incertidumbre sobre la autenticidad y veracidad de los contenidos. Si los medios digitales no son transparentes en el uso de estas tecnologías, el escepticismo de la audiencia podría aumentar, debilitando la confianza en la información que consumen. En un contexto donde la desinformación prolifera rápidamente, es fundamental que Ecuador Play implemente estrategias claras para informar a su público sobre el uso de IA, garantizando así mayor credibilidad y reforzando su compromiso con un periodismo ético y responsable.

Ecuador Play ha adoptado algunas medidas para supervisar el uso de inteligencia artificial en la producción de contenido, como la revisión editorial antes de su publicación. Aunque los periodistas y editores ven la IA como una herramienta de apoyo, reconocen la necesidad de establecer una regulación más clara para garantizar un uso responsable. La IA no debe reemplazar el juicio crítico de los periodistas, sino servir como un complemento que potencie la labor informativa sin comprometer sus principios fundamentales. Si bien consideran que su audiencia es digitalmente alfabetizada y entiende la naturaleza del contenido, desde una perspectiva ética, la transparencia sigue siendo esencial para mantener la credibilidad y evitar la desinformación. Para reforzar su compromiso periodístico, Ecuador Play debería implementar un código deontológico. Desde la perspectiva de la ética periodística, la transparencia en la producción de información es esencial para mantener la credibilidad del medio y evitar la desinformación.

La incorporación de la IA en Ecuador Play ha transformado la producción de contenido periodístico, facilitando la generación de materiales visuales impactantes y optimizando ciertos procesos editoriales. Sin embargo, este avance ha traído consigo importantes desafíos éticos, particularmente en lo que respecta a la precisión, imparcialidad y veracidad de las noticias. La automatización de imágenes y textos plantea el riesgo de sesgos algorítmicos y la posible difusión de información sin suficiente verificación humana. Desde la perspectiva ética, la ausencia de una regulación clara y de principios deontológicos específicos hace que la

supervisión del uso de IA dependa de criterios subjetivos dentro del medio, lo que puede afectar la credibilidad periodística. Además, la presión de los medios digitales por captar audiencia y monetizar a través de la publicidad en un entorno de competencia constante ha impulsado modelos informativos que priorizan el engagement y la viralidad, muchas veces en detrimento del rigor periodístico.

En este contexto, Ecuador Play enfrenta el reto de equilibrar la eficiencia tecnológica con la responsabilidad informativa, asegurando que la IA sea una herramienta de apoyo y no un sustituto del juicio crítico y la ética periodística. Para ello, el medio debería avanzar en la implementación de estándares de transparencia y para mitigar los riesgos ya expuestos, Ecuador Play podría adoptar estrategias como revelar el uso de IA en sus contenidos, reforzar la formación en ética periodística digital dentro de su equipo y generar espacios de participación donde los usuarios comprendan mejor los procesos de producción de noticias. De esta manera, el medio no solo podría responder a las presiones externas con mayor independencia, sino también fortalecer su credibilidad y responsabilidad periodística en el entorno digital.

También al autodefinirse como un actor político plantea un debate clave sobre el rol del periodismo y de la ciudadanía en la construcción del debate público. Es cierto que, en la era digital, todos participamos activamente en la conversación pública, y en ese sentido, cada persona que opina sobre hechos de relevancia social asume, de alguna manera, un rol político. Sin embargo, el periodismo no es solo una opinión más, sino una profesión con principios éticos y responsabilidades específicas que lo diferencian de la expresión ciudadana.

Un periodismo valiente y comprometido con la verdad no debe callar frente a la corrupción, pero también debe evitar caer en el partidismo o la manipulación de los hechos. La credibilidad del periodista no se basa en adoptar una postura política, sino en el rigor con el que investiga, contrasta fuentes y presenta la información.

Esto nos deja con otra interrogante clave: ¿Puede el periodismo cumplir su rol fiscalizador sin ser percibido como un actor político, o en la actualidad la prensa debe aceptar que su influencia en la opinión pública la convierte inevitablemente en un actor dentro del juego político?

Tradicionalmente, los medios de comunicación han sido considerados intermediarios informativos cuyo objetivo es proporcionar noticias veraces, equilibradas y basadas en hechos,

con un compromiso con la imparcialidad y la ética periodística. Sin embargo, cuando un medio se define a sí mismo como un actor político, se aleja de este modelo y se posiciona como un agente con intereses y objetivos propios dentro del espectro político.

Ellos consideran que el periodismo sí debe cubrir y reportar sobre funcionarios de un partido político que han sido sentenciados por corrupción. De hecho, esa es una de las funciones fundamentales del periodismo: informar con veracidad y transparencia sobre temas de interés público, especialmente aquellos que afectan la institucionalidad y la rendición de cuentas.

El dilema no es la cobertura, sino la manera en que se hace. Lo que se desprende de la tesis es que el problema no radica en cubrir casos de corrupción, sino en cómo se construyen las noticias y el uso de la inteligencia artificial en su producción. Es decir, la cuestión ética surge cuando: Se utilizan imágenes generadas con IA sin aclararlo, lo que podría distorsionar la percepción del público sobre un caso. Se recurre a simbolismos que refuerzan una narrativa visual negativa (como asociar a ciertos personajes con imágenes degradantes o elementos que sugieren culpa antes de un juicio justo). No se aplican criterios uniformes a todos los actores políticos, lo que puede generar la percepción de parcialidad.

El periodismo debe informar, pero con rigor y ética. Rigor periodístico, basado en hechos verificables y fuentes confiables. Transparencia en el uso de IA, indicando cuándo una imagen ha sido generada o modificada. Equidad en la cobertura, aplicando los mismos estándares a todos los actores políticos. No se trata de evitar la cobertura de ciertos temas, sino de garantizar que se informe con imparcialidad, sin manipulación visual o narrativa que pueda distorsionar la percepción pública de los hechos. El periodismo digital, especialmente en redes sociales, enfrenta un desafío inédito: el equilibrio entre inmediatez, impacto visual y responsabilidad ética. Medios como Ecuador Play han demostrado cómo la IA y las estrategias de contenido pueden potenciar la viralización de noticias, pero también cómo, sin una regulación clara, pueden generar sesgos, desinformación o distorsiones narrativas.

Aquí surge un dilema mayor: ¿debe cada medio tener su propio código de ética dependiendo de su estilo? O, por el contrario, ¿es necesario establecer un marco regulador común que garantice estándares mínimos de transparencia y responsabilidad para cualquier periodismo digital en redes? La evolución del periodismo en el ecosistema digital ha diversificado las formas de

informar. Hay medios tradicionales que migraron a redes, otros que nacieron en lo digital con un enfoque más editorializado o de análisis, y están los que priorizan lo visual y el impacto inmediato. ¿Deben regirse todos bajo los mismos principios deontológicos o cada uno debe desarrollar su propio estándar ético según su estilo, audiencia y operatividad?

Si bien imponer reglas uniformes puede parecer una limitación a la libertad de expresión, también es cierto que la ausencia de regulaciones abre la puerta a la manipulación de la información. El reto está en encontrar un equilibrio entre la adaptabilidad del periodismo digital y la necesidad de que los principios básicos del oficio (veracidad, imparcialidad y transparencia) no se diluyan en la lógica de la viralización. Entonces, ¿estamos ante la necesidad de redefinir la ética periodística en función de cada plataforma y estilo de periodismo digital, o se debe aspirar a un código común que garantice la credibilidad y confianza en los medios, sin importar su formato?

Evaluación ética de las prácticas de Ecuador Play

Ecuador Play no se ajusta plenamente a los estándares internacionales en lo que respecta a la ética periodística. En concreto, las siguientes observaciones sustentan esta conclusión:

Falta de contrastación de fuentes

El documento evidencia que Ecuador Play no realiza un adecuado proceso de verificación y contraste de fuentes, lo cual contradice uno de los pilares fundamentales del periodismo ético: la búsqueda de la verdad y la precisión. Los estándares internacionales exigen que la información publicada sea verificada y que se consulten diversas fuentes para asegurar imparcialidad.

Tratamiento sensacionalista

Se identifica una inclinación hacia el sensacionalismo, lo que vulnera los principios de responsabilidad social y respeto hacia las personas involucradas en las noticias. Este enfoque puede causar daños innecesarios a la reputación de terceros, algo que es rechazado por organismos como la UNESCO y la Federación Internacional de Periodistas.

Ausencia de códigos editoriales claros

El medio no cuenta con un marco editorial definido ni políticas internas transparentes sobre el manejo de la información. Esto entra en conflicto con las buenas prácticas internacionales que

recomiendan la existencia de lineamientos éticos explícitos para orientar a los periodistas en su trabajo diario.

Prioridad al impacto sobre el rigor

Las prácticas de Ecuador Play tienden a priorizar la viralización o el impacto de las publicaciones por encima del rigor periodístico, lo cual compromete la credibilidad del medio. La ética periodística internacional establece que la responsabilidad con el público debe estar por encima del interés comercial o de la popularidad inmediata.

Desinformación y ambigüedad en los contenidos

Se ha señalado que en algunos casos la información es presentada de forma ambigua o sin contexto suficiente, lo que puede inducir a interpretaciones erróneas. Esto contraviene el principio ético de informar con claridad, contexto y precisión.

De acuerdo con el estudio presentado en el documento, Ecuador Play no se adhiere a los estándares internacionales de ética periodística, ya que incurre en prácticas que comprometen la veracidad, la imparcialidad, la responsabilidad y la transparencia. Para mejorar su ejercicio comunicacional, sería necesario implementar políticas editoriales claras, capacitar a su equipo en principios éticos y adoptar mecanismos de verificación rigurosos.

Referencias

- Adetunji, Jo. 2023. “Qué test hacer a una inteligencia artificial para descubrir que no es humana”. *The Conversation*, 17 de julio. <https://theconversation.com/que-test-hacer-a-una-inteligencia-artificial-para-descubrir-que-no-es-humana-205887>
- Álvarez, Freddy. 2008. “La ética y los medios de comunicación”. *Alteridad* 3 (1): 6-19. <https://doi.org/10.17163/alt.v3n1.2008.01>
- Alvira, Rafael. 2022. “Género, feminismo, ‘woke’ y transhumanismo en la culminación de la lógica democrática”. *Conocimiento y Acción* 1 (2): 67-81.
- Apel, Karl. 1985. *Transformación de la filosofía*. Madrid: Taurus.
- Argandoña, Antonio. 2019. “Ética e inteligencia artificial”. *IESE Blog Network*, 25 de marzo. <https://blog.iese.edu/antonioargandona/2019/03/25/etica-e-inteligencia-artificial-i/>
- Asociación de Periodistas Europeos. 2023. “La inteligencia artificial y su impacto en el periodismo”, 20 de noviembre. <https://www.apeuropeos.org/la-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-el-periodismo-tradicional/>
- Aznar, Hugo. 1999. *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós.
- 2011. *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- Bañuelos, Jacob. 2017. “Fotografía móvil y redes sociales: prácticas de producción y socialización en jóvenes universitarios”. *Ícono 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes* 15 (1): 1-22. <https://doi.org/10.7195/ri14.v15i1.999>
- Barredo, Daniel, ed. 2015. *Ética y deontología periodística. Algunas claves para entender el contexto ecuatoriano*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, Daniel, Sergio Hernández y Martín Oller. 2015. *Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador. La comunicación y el periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Bellver, Javier. 2023. “El uso de la inteligencia artificial en el ámbito del compliance: posibilidades, limitaciones y perspectivas de futuro”. *El Derecho*, 19 de julio. <https://elderecho.com/uso-inteligencia-artificial-ambito-compliance-posibilidades-limitaciones>
- Brajnovic, Luka. 1969. *Deontología periodística*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Broussard, Meredith, Nicholas Diakopoulos, Andrea Guzman, Rediet Abebe, Michel Dupagne y Ching-Hua Chuan. 2019. “Artificial Intelligence and Journalism”. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96 (3): 673-695. <https://doi.org/10.1177/10776990198599>
- Busquet, Jordi. 2010 “Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 129: 165-188.

- Calvo, Luis, y María Ufarte. 2020. “Percepción de docentes universitarios, estudiantes, responsables de innovación y periodistas sobre el uso de inteligencia artificial en periodismo”. *Profesional de la Información* 29 (1): 1-14.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.09>
- Calvo, Patrici. 2019. “Democracia algorítmica: consideraciones éticas sobre la dataficación de la esfera pública”. *Revista del CLAD Reforma y Democracia* 74: 5-30.
<https://revista.clad.org/ryd/article/view/181/361>
- Campos, Francisco. 2009. “Modelos de televisión pública europea y latinoamericana”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* 108: 4-11.
- Canavilhas, João, y Fábio Giacomelli. 2023. “Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal”. *Revista de Comunicación* 22 (1): 53-69.
<https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3005>
- Cañizales, Andrés. 2022. “Los medios ya no son lo que una vez fueron en América Latina”. *ES Global*, 18 de marzo. <https://www.esglobal.org/los-medios-ya-no-son-lo-que-una-vez-fueron-en-america-latina/>
- Castells, Manuel. 2008. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: la sociedad red*. Madrid: Siglo XXI.
- Castillo Abdul, Bárbara. 2020. “Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia”. *Comunicación* 42. 109-112. <https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Cerón, Jhon, y Elizabeth León. 2016. “A sentiment analysis system of Spanish tweets and its application in Colombia 2014 presidential election”. *Sustainable Computing and Communications*: 250-257.
- Charniak, Eugene, y Drew Mcdermott. 1985. *Introduction to Artificial Intelligence*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Ciber 4 All Team. 2023. “Buenas prácticas de ciberseguridad para la IA”. *Tarlogic*, 19 de septiembre. <https://www.tarlogic.com/es/blog/buenas-practicas-ciberseguridad-ia/>
- Colmenarejo, Rosa. 2017. *Una ética para big data. Introducción a la gestión ética de datos masivos*. Barcelona: UOC.
- Conill, Jesús. 2021. *Nietzsche frente a Habermas. Genealogías de la razón*. Madrid: Tecnos.
 — 2023. “Ética discursiva e inteligencia artificial. ¿Favorece la inteligencia artificial la razón pública?”. *Revista Internacional de Filosofía* 90: 115-130.
- Cortina, Adela. 2000. *El sentido de las profesiones*. Navarra: Verbo Divino.
 — 2019. “Ética de la inteligencia artificial”. *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas* 96: 379-394.
- Cosoy, Natalio. 2017. “Adivina quién escribió esto, un robot o un periodista”. *BBC*, 29 de enero. <http://www.bbc.com/mundo/noticias-38740312>

- Corvalán, Juan, y María Carro. 2025. “Un tsunami en expansión: Dos años de ChatGPT e IA generativa”. <https://ialab.com.ar/webia/wp-content/uploads/2025/02/Dos-anos-de-ChatGPT-e-IA-Generativa.pdf>
- Cotera, María. 2020. “Ética periodística informativa en los procesos de comunicación digital”. Tesis de grado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Craglia, Maximo, Alessandro Annoni, Pedro Benczur, Paolo Bertoldi, Blagoj Delipetrev, Giuditta de Prato, Claudio Feijoo, Macías Enrique Fernández, Emilia Gómez, María Iglesias, Henrik Junklewitz, Montserrat López, Bertín Martens, Susana Figueiredo, Stefano Nativi, Alexandre Polvora, José Ignacio Sánchez; Songul Tolan, Ilkka Tuomi y Lucía Vesnic. 2018. “Artificial Intelligence: A European Perspective”. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC113826>
- Dalen, Arjen. 2012. “The algorithms behind the headlines”. *Journalism Practice* 6 (5-6): 648-658. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>
- Díaz, Jesús. 2004. “Códigos éticos del periodismo latinoamericano”. En *O livro de atas do XIII IBERCOM*, 516-524. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Díaz, Jesús, y María Chaparro. 2018. “Los desafíos éticos del periodismo en la era del big data: análisis de códigos deontológicos latinoamericanos”. *Palabra Clave* 21 (4): 1136-1163. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.4.8>
- Díaz, Jesús, y Ramón Salaverría, coords. 2003. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Doval, Montserrat, y Manuel Martín. 2021. “Periodismo y tecnología, tendencias de investigación y propuestas”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27(2): 463-480.
- Ethical Journalism Network. 2018. “Ethics 101: The Five Core Values of Journalism”. <https://ethicaljournalismnetwork.org/5-core-values-of-journalism>
- Ferrara, Emilio, Onur Varol, Clayton Davis, Filippo Menczer y Alessandro Flammini. 2016. “The rise of social bots”. *Communications of the ACM* 59 (7): 96-104.
- Flores Vivar, Jesús Miguel. 2018. “Algoritmos, aplicaciones y Big Data, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza–aprendizaje del periodismo de datos”. *Revista de Comunicación de la Universidad Piura de Perú*: 268-291.
- Floridi, Luciano, Josh Cows, Mónica Beltrametti, Rey Chatila, Patrice Chazerand, Virginia Dignum, Christoph Lütge, Roberto Madelin, Ugo Pagallo, Francesca Rossi, Burkhard Schäfer, Peggy Valcke y Effy Vayena. 2018. “An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations”. *Minds & Machines* 28: 689-707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>
- Garcés, Fabián. 1993. *Ética en la comunicación*. Quito: Cronos.
- García, José. 2014. “Online newsrooms as communities of practice: Exploring digital journalists applied ethics”. *Journal of Mass Media Ethics* 29 (4): 258-272.
- Garza, Daniel de la, Amaro La Rosa, Daniel Barredo y Úrsula Freundt. 2019. “Medios sociales, capital social y sentimiento de eficacia política: Un estudio comparativo entre las

- juventudes de México y Perú”. En *Ciudadanías digitales: perspectivas desde los medios, el periodismo y la educomunicación*, editado por Miguel Badillo, Camila Pérez, Narcisa Medranda y María Isabel Cortés, 133-154. Bogotá: Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.
- Grupo Europeo sobre Ética de la Ciencia y las Nuevas Tecnologías. 2018. “Declaración sobre inteligencia artificial, robótica y sistemas ‘autónomos’”.
https://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/pdf/EGE_inteligencia-artificial.pdf
- Guerrero, Manuel. 2023. *Los sistemas de medios en América Latina. Alcances y límites conceptuales vol. 2*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Habermas, Jürgen. 2019. *Auch eine Geschichte der Philosophie*. Berlín: Suhrkamp.
- Hallin, Daniel, y Paolo Mancini. 2008. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- Hanitzsch, Thomas, Folker Hanusch, Claudia Mellado, María Anikina, Rosa Berganza e Incilay Cangoz. 2010. “Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries”. *Journalism Studies* 12 (3): 273-293.
- Hansen, Mark, Meritxell Roca, Jonathan Keegan y George King. 2017. “Artificial intelligence: Practice and implications for journalism”. University of Columbia.
<https://doi.org/10.7916/D8X92PRD>
- Heb, Agustina. 2023. Siete oportunidades de la IA en el periodismo (y qué preguntas deberíamos hacernos sobre su irrupción en los medios)”. *Laboratorio de Periodismo*, 20 de julio.
<https://laboratoriodeperiodismo.org/siete-oportunidades-de-la-ia-en-el-periodismo-y-que-preguntas-deberiamos-hacernos-sobre-su-irrupcion-en-los-medios/>
- Hernández, Gerson. 2023. “Seis reflexiones del periodismo y la IA”. *El Sol de México*, 28 de septiembre. <https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/seis-reflexiones-del-periodismo-y-la-ia-10768076.html>
- Herrera, Karen. 2019. *Ética periodística. Conceptos y prácticas desde sus actores*. La Paz: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- ICEMD. 2023. “Innovación y disrupción en periodismo: la inteligencia artificial cambiando las reglas del juego”, 10 de agosto. <https://icemd.esic.edu/knowledge/articulos/innovacion-y-disrupcion-en-periodismo-la-inteligencia-artificial-cambiando-las-reglas-del-juego/>
- Jiménez, Pablo. 2023. *Transparencia algorítmica en el sector público*. Catalunya: Generalitat de Catalunya, 2023.
- Kant, Immanuel. 1785. *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*. Riga.
- Karam, Tanius. 2005. “Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso”. *Global Media Journal* 2 (3): 34-50.
https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/129
- Kim, Jina, Soyeon Shin, Kunwoo Bae, Soyoung Oh, Eunil Park y Angel del Pobil. 2020. “Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers”. *Telematics and Informatics* 55: 101452.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101452>

- Laboratorio de Periodismo. 2020. “En busca de un marco adecuado para el uso de la IA en los medios de comunicación”, 27 de junio. <https://laboratoriodeperiodismo.org/en-busca-de-un-marco-adecuado-para-el-uso-de-la-ia-en-los-medios-de-comunicacion/>
- La Hora. 2023. “La inteligencia artificial incrementa los riesgos de desinformación”, 2 de abril. <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/la-inteligencia-artificial-incrementa-los-riesgos-de-desinformacion/>
- La Rosa, Amaro. 2014. “Comunicación para la democracia: jóvenes y movimientos sociales en la era digital”. *Apuntes de Ciencia & Sociedad* 4 (1): 118-124.
- Lawson, Chappell. 2002. *Building the Fourth Estate. Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*. Berkeley: University of California Press.
- Lewis, Seth, Amy Sanders y Casey Carmody. 2018. “Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability”. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96 (1): 60-81.
- Lledó, Francisco, y Oscar Monje. 2020. “Ética y robótica: principios éticos para la inteligencia artificial y robótica”. *Revista de Derecho, Empresa y Sociedad* 16: 16-27.
- López, Xosé, Ana Rodríguez y Xosé Pereira. 2017. “Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual”. *Comunicar* 25 (53): 81-90.
- Luhmann, Niklas. 2000. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Universidad Iberoamericana.
- Manfredi, Juan, y María Ufarte. 2020. “Artificial intelligence and journalism: A tool to fight disinformation”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals* 124: 49-72.
- Marín, Sergio. 2019. “Ética e inteligencia artificial”. *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa* 42: 1-30.
- Meneses, Nacho. 2023. “La tecnología y el pensamiento crítico, esenciales para combatir la desinformación y las ‘fake news’”. *El País*, 1 de septiembre. <https://elpais.com/economia/formacion/2023-09-01/la-tecnologia-y-el-pensamiento-critico-esenciales-para-combatir-la-desinformacion-y-las-fake-news.html> (
- Moncayo, I. 2016. “Inteligencia artificial”. Tesis, Universidad San Francisco de Quito.
- Muro, Ignacio. 2012. *El cambio y los principios periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Negroponete, Nicholas. 1995. *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Nietzsche, Friedrich. 1986. *El gay saber*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1982. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Núñez, Fernando. 2005. *Guía de comunicación digital*. Caracas: Apalancar.
- OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico). 2019. *Artificial intelligence in society*. París: OECD.

- Oller, Martín, Palmira Chavero, Patricio Cevallos y Julia Carrillo. 2015. “Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador”. Documento de Trabajo, Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.
- O’Neil, Cathy. 2018. *Armas de destrucción matemática*. Madrid: Capitán Swing.
- Orihuela, José. 2002. “Internet: nuevos paradigmas de la comunicación”. *Chasqui* 77: 1-5. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16007702.pdf>
- Ortega y Gasset, José. 2005. *La rebelión de las masas*. Madrid: Taurus.
- Parra, David, Elena Real y María López. 2017. “Códigos éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano”. *Naveg@mérica* 18: 1-25.
- Parratt, Sonia, Javier Mayoral y Montse Mera. 2021. “The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production”. *Profesional de la Información* 30 (3): 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.17>
- Pérez, Gabriel. 1986. “Hacia una ética de la comunicación social”. *Signo y Pensamiento* 5 (8): 89-117.
- Pereira, Gustavo, y Jesús Pérez, eds. 2022. *Actualidad de John Rawls en el siglo XXI*. Granada: Editorial Comares.
- Pérez, Sara, Beatriz Gutiérrez y Xosé López. 2020. “Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos”. *Revista Científica en el Ámbito de la Comunicación Aplicada* 10 (3): 129-151.
- Pérez, Víctor, y Josep McMahon. 2014. *Las nuevas tecnologías audiovisuales frente a los procesos tradicionales de comunicación*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Prodigioso Volcán. 2023. “IA para periodistas. Una herramienta por explotar”. https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf
- Pujante, David. 2003. *Manual de Retórica*. Madrid: Castalia.
- Ramon, Xavier, Marcel Mauri, y Jesús Díaz. 2020. “Instrumentos de rendición de cuentas impulsados por los medios de comunicación: percepción de los periodistas y ciudadanos españoles”. *Revista de Comunicación* 19 (1): 221-241. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A13>
- Ramonet, Ignacio. 1999. “El periodismo del nuevo siglo”. *La Factoría*, 4 de abril. <https://revistalafactoria.org/articulos/periodismo-nuevo-siglo>
- 2012. *La explosión del periodismo: internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Bogotá: Le Monde Diplomatique.
- Redondo, Marta, Pilar Sánchez y Dunia Etura. 2017. “Investigación de la enseñanza ética de los periodistas en España. Análisis bibliométrico y prescripciones formativas aplicadas (2005-2015)”. *Revista Latina de Comunicación Social* 72: 235-252.

- Reguillo, Rossana. 2002. “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada”. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura* 29: 63-79.
- Restrepo, Javier, y Luis. Botello. 2018. *Ética periodística en la era digital*. Washington D.C.: International Center for Journalists.
- Rodríguez, Ángel. 2004. *Ética para todos*. Quito: FBT.
- Rodríguez, Carlos. 2014. “Sistemas mediáticos comparados. Clasificación comparada del nexo medios y política en Hallin y Mancini”. *Espacios Públicos* 17 (39): 191-198. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67630574010.pdf>
- Rojas, José. 2018. “La automatización en las coberturas deportivas. Estudio de caso del bot creado por The Washington Post durante los JJ.OO. de Río 2016 y Pyeongchang 2018”. *Revista Latina de Comunicación Social* 74: 1729-1747. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1407>
- Russell, Stuart, y Peter Norvig. 2016. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Malasia: Pearson Education.
- Sanahuja, Rosana, y Pablo López. 2021. “Ámbitos de aplicación periodística de la Inteligencia Artificial. Mapa conceptual, funciones profesionales y tendencias en desarrollo en el contexto de la pandemia global de la covid-19”. *Razón y Palabra* 25 (112): 432-449.
- Sánchez, Adolfo. 1969. *Ética, biblioteca de filosofía*. Ciudad de México: Grijalbo.
- Sánchez, Aida. 2021. “Cuatro niveles de riesgo para la IA en la propuesta de legislación europea”. *Euronews*, 21 de abril. <https://es.euronews.com/my-europe/2021/04/21/cuatro-niveles-de-riesgo-para-la-ia-en-la-propuesta-de-legislacion-europea>
- Sánchez, Alberto. 2011. “Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo”. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte* 1 (17): 1-18.
- Shin, Donghee. 2021. “The perception of humanness in conversational journalism: An algorithmic information-processing perspective”. *New Media and Society* 25 (1): 2680-2704.
- SIP (Sociedad Interamericana de Prensa). 2023. “La SIP endosó principios globales sobre inteligencia artificial”, 6 de septiembre. <https://www.sipiapa.org/notas/1216092-la-sip-endoso-principios-globales-inteligencia-artificial>
- Siurana, Juan. 2021. *Ética para influencers*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- Subsecretaría de Fomento de la Sociedad de la Información y Economía Digital. 2021. *Diagnóstico sobre la inteligencia artificial en el Ecuador*. Quito: Ministerio de Comunicaciones y de la Sociedad de la Información.
- Torre, Carlos de la. 2008. “Medios, representación y calidad de la democracia en América Latina”. *Debates en Sociología* 33: 31-50.
- Túñez, Miguel. 2021. “Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: cobotización, gig economy co-creación y gobernanza”. *Fonseca, Journal of Communication* 22: 5-22. <https://doi.org/10.14201/fjc-v22-25766>

- Ufarte, María, Luis Calvo y Francisco Murcia. 2021. “Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (2): 673-684.
- Universidad Europea. 2022. “¿Qué es la comunicación digital?”, 2 de septiembre. <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-comunicacion-digital/>
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society: Social aspects of new media*. California: SAGE Publications.
- Van Dijk, Teun. 2000. *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Vásquez, Francisco. 1991. *Ética y deontología de la información*. Madrid: Paraninfo.
- Ventura, Patricia. 2021. *Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo*. Barcelona: Consell de la Informació de Catalunya.
- Villanueva, Ernesto. 2003. *El derecho de la información*. Quito: Quipus / CIESPAL.
- Virket Agency. 2022. “Los tipos de comunicación digital y cómo ayudan a posicionar tu marca”, 16 de agosto. <https://virket.agency/blog/marketing-digital/los-tipos-de-comunicacion-digital-y-como-ayudan-a-posicionar-tu-marca/>
- Yadlin, Aya, y Yael Oppenheim. 2021. “Whose dystopia is it anyway? Deepfakes and social media regulation”. *Convergence* 27(1): 36-51.
- Zuazo, Natalia. 2023. “Periodismo e inteligencia artificial en América Latina”. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información* 25: 1-50. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>

Anexos

Anexo 1. Cuestionarios

Preguntas para la persona que ejerce la dirección de Ecuador Play

¿Cómo ha cambiado el uso de la IA la forma en que Ecuador Play elige y crea sus noticias?

¿En qué medida la IA ha modificado los criterios de relevancia y priorización de noticias en la plataforma?

¿Cómo se equilibra la eficiencia y la calidad editorial en la producción de noticias con el uso de la IA en Ecuador Play?

¿Han considerado la posibilidad de establecer un código ético que regule el uso de la inteligencia artificial en sus procesos informativos?

¿Qué medidas se han implementado para evitar la difusión de información falsa o tendenciosa?

¿Cómo es la supervisión humana en el proceso de selección y edición de noticias generadas por la IA?

¿Cómo equilibran la eficiencia operativa con la precisión informativa en la implementación de la IA?

¿Cómo evalúa el balance entre la autonomía profesional de los periodistas y la influencia de la IA en la toma de decisiones editoriales en Ecuador Play?

¿Se le dice a la gente que consume sus noticias que estas se generan con la utilización de aplicaciones de IA?

¿Cuáles son los criterios para evaluar la efectividad del uso de la IA en la construcción de noticias en Ecuador Play?

¿Qué medidas se han adoptado para proteger la privacidad y los derechos de los usuarios en el contexto de la IA aplicada a la comunicación digital?

¿Cuáles son los desafíos éticos asociados con el uso de la IA en la producción y distribución de noticias de Ecuador Play?

¿Cómo se fomenta el debate interno sobre las implicaciones éticas y sociales del uso de la IA en el periodismo digital?

¿Se han establecido políticas claras para el uso responsable de la IA en el contexto periodístico?

¿Existe colaboración con expertos en ética de la IA para garantizar prácticas éticas en el uso de esta tecnología?

¿Tienen algún mecanismo de retroalimentación con el público para evaluar el impacto y la percepción del uso de la IA en Ecuador Play?

¿Cuál es el grado de autonomía de la IA en la toma de decisiones editoriales en Ecuador Play?

¿Qué aprendizajes ha obtenido Ecuador Play hasta el momento sobre la implementación de la IA en la producción de noticias?

¿Cómo se financia el medio digital?

¿Cómo abordan el equilibrio entre la eficiencia y la ética al utilizar IA para generar contenido noticioso, especialmente en términos de rapidez versus precisión y contextualización?

¿Consideras que al informar temas relevantes en el debate público con la ayuda de la IA, podrían influir en una actuación parcializada de los órganos administrativos y jurisdiccionales?

¿Cuál consideras es la responsabilidad de los creadores de contenido que usan IA en la difusión de información precisa y ética?

¿Qué precauciones se toman en Ecuador Play para garantizar la transparencia y la equidad en el uso de la IA en el diseño gráfico de sus noticias?

¿Crees que la IA puede sesgar la selección de noticias o influir en la agenda mediática de Ecuador Play de alguna manera?

¿Existen políticas o directrices específicas en Ecuador Play para abordar los problemas éticos relacionados con el uso de la IA en la producción de noticias?

¿Cómo se equilibra el uso de la IA con la preservación de la diversidad de voces y perspectivas en la cobertura informativa de Ecuador Play?

¿Cómo crees que la IA podría mejorar la calidad y la relevancia de las noticias producidas por Ecuador Play sin comprometer los estándares éticos del periodismo?

¿Cómo era antes y cómo ha cambiado el proceso de producción de noticias con la implementación de IA en Ecuador Play?

¿Qué ventajas y desventajas has observado en la integración de IA en la elaboración de noticias?

¿Ha cambiado la velocidad de producción de noticias desde que se utiliza IA?

¿Qué dilemas éticos han surgido con el uso de IA en la producción de noticias?

¿Qué innovaciones tecnológicas crees que serán más relevantes para Ecuador Play en los próximos años?

¿Qué estrategias utilizas para asegurar la imparcialidad en las noticias generadas con IA?

Preguntas para la persona que realiza el diseño gráfico en Ecuador Play

¿Cómo integrar la IA en tu proceso creativo y de diseño en el medio de comunicación digital?

¿Cuáles son los criterios éticos que consideras al utilizar IA en la creación de contenido digital?

¿Cómo abordas el tema del consentimiento y la privacidad de los usuarios al emplear IA en tus diseños?

¿Has enfrentado dilemas éticos al utilizar IA en tu trabajo como diseñador?

¿Qué medidas tomas para asegurar la equidad y la inclusión al emplear IA en el diseño de contenido digital?

¿Crees que la regulación gubernamental es necesaria para controlar el uso ético de la IA en los medios de comunicación digital?

¿Describe cómo son tus diseños hechos con IA y en que se basan?

¿Cómo garantiza que el uso de IA en el diseño de imágenes de noticias no sea sesgado en la presentación de la información y mantenga la imparcialidad en su medio digital?

¿Existe un sistema de supervisión humana para revisar y aprobar las decisiones tomadas por la IA en la selección y presentación del diseño de las noticias?

¿Cuáles son los límites éticos en el diseño hecho con I.A. que se han abordado en Ecuador Play?

¿Han experimentado alguna respuesta específica o reacción de sus seguidores en relación con los diseños hechos con IA?

La decisión de no anunciar a la gente que la imagen que ven es una recreación de IA. ¿Es tuya o es política del medio?

¿El crecimiento de la audiencia y la interacción de Ecuador Play se debe, en parte, a los diseños generados con IA?

¿Consideras que el uso de la IA en los procesos y flujos de trabajo diarios del personal en Ecuador Play, ha influido positiva o negativamente?

¿Cuáles son los límites éticos que considera al usar IA en el diseño de contenidos en Ecuador Play?

¿Cómo se corrigen los errores derivados del uso de la IA si la persona aludida presenta un reclamo o derecho a la réplica?

¿Se perciben como precursores en la representación visual de políticos a través del diseño, destacando sus acciones más relevantes en la opinión pública?

¿Cuáles crees que son las desventajas de utilizar IA en el diseño de noticias en Ecuador Play?

¿Existe la posibilidad de que los diseños generados con IA puedan generar confusión entre los seguidores al combinar elementos reales con una representación satírica?

¿Consideras que el uso de la IA restringe o amplifica tu creatividad?

¿Qué figuras públicas son las que mayormente están representadas mediante el uso de IA?

¿Cuáles personajes no son elegibles para ser recreados con IA en el diseño y por qué?

Preguntas para la persona que maneja las redes sociales

¿Cómo definirías tu papel en Ecuador Play en la gestión de redes sociales y su vínculo con la difusión de noticias a través de diseños generados con IA?

¿Qué tipo de interacción se ha generado entre la audiencia y los contenidos producidos con IA en Ecuador Play?

¿En tu actividad diaria de manejo de redes sociales, consideras que el uso progresivo de la IA en el diseño ha dado mayor relevancia al medio?

¿En qué medida la IA ha influido en la velocidad y la precisión de la producción de noticias en Ecuador Play?

¿Qué capacitación o formación reciben los equipos de redacción y gestión de redes sociales sobre la ética en el uso de IA para el periodismo digital en Ecuador Play?

¿Has enfrentado dilemas éticos relacionados con el uso de la IA en tus actividades diarias en redes sociales?

¿Cómo abordas estos dilemas para garantizar prácticas éticas?

¿Qué beneficios has visto al utilizar la IA en la elaboración de diseños y su posterior publicación de las noticias en redes sociales?

¿Cuál es tu percepción sobre la confianza del público en las publicaciones en redes sociales con la ayuda de la IA en Ecuador Play?

¿Cuáles son las oportunidades que percibes en la integración de la IA en la difusión a través de redes sociales en Ecuador Play?

¿Es necesaria la implementación de la IA para llamar más la atención de sus seguidores?

¿Cómo era antes de la aplicación de la IA, las publicaciones que realizaban?

¿Consideras que la IA también debe usarse en otras instancias del trabajo de ustedes o solo en el diseño gráfico?

¿Cómo ha cambiado la estrategia de contenido en redes sociales con la implementación de IA?

Preguntas para la persona que ejerce el puesto de asistente de diseño gráfico

Como asistente Ecuador Play ¿Cuáles son tus responsabilidades principales?

¿De qué manera ha influido la incorporación de la IA en tus actividades cotidianas en Ecuador Play?

¿Qué transformaciones has notado en el proceso de creación de noticias desde que se implementó la IA en tus diseños?

¿En qué medida la IA influye en el diseño de contenido en Ecuador Play?

¿Cuáles son los aspectos éticos que consideras más relevantes al utilizar la IA en el diseño de noticias en Ecuador Play?

¿Cómo se asegura la integridad y veracidad de la información en el proceso de diseño de noticias con uno de la IA en Ecuador Play?

¿Qué desafíos éticos has enfrentado al utilizar la IA en la producción de contenido en Ecuador Play?

¿Existe una política o guía específica en Ecuador Play para garantizar la ética en el diseño de contenido con la IA?

¿Cómo se equilibra la eficiencia y la calidad editorial en el proceso de diseño y redacción de noticias con el uso de la IA?

¿Cómo percibes el impacto de la IA en la creatividad y autonomía de tus tareas de diseño en Ecuador Play?

¿Qué ventajas ves en la incorporación de la IA en el proceso de diseño en las noticias de Ecuador Play?

¿Qué riesgos éticos crees que podrían surgir al utilizar IA en el diseño gráfico, especialmente en la representación visual de temas sensibles o controversiales?

¿En qué medida te aseguras de que las imágenes generadas por IA sean coherentes con los valores y la integridad informativa de Ecuador Play?

¿Qué medidas tomas para asegurarte de que las imágenes creadas con IA respeten los principios éticos del periodismo, como la objetividad y la imparcialidad?

¿Crees que el uso de la IA en el diseño de imágenes puede afectar la confianza del público en la veracidad de los contenidos visuales publicados por Ecuador Play?

¿En qué situaciones consideras que la IA debería ser complementaria al trabajo humano en el diseño gráfico y no reemplazarlo?

¿Qué desafíos encuentras al integrar la IA en el diseño de portadas o fotos para garantizar que no se distorsione la realidad o el mensaje de la noticia?

Preguntas generales

¿Se utilizan palabras cargadas emocionalmente para favorecer o criticar a ciertos actores políticos o ideologías?

¿El tono es más crítico con ciertos sectores y más benevolente con otros?

¿Se priorizan ciertos temas sobre otros?

¿Se presentan los hechos de manera equilibrada o se enfatizan ciertos aspectos para influir en la percepción del lector?

¿Las noticias incluyen múltiples perspectivas o solo presentan una visión particular?

¿Se citan expertos, políticos o analistas de un solo espectro ideológico?

¿Las fotos utilizadas refuerzan una narrativa específica?

¿Se eligen imágenes que favorezcan o perjudiquen la imagen de ciertos personajes o grupos?

¿Qué criterios usa para la revisión editorial?

¿Se han visto comprometidos a no hablar de algún personaje público por temor?

¿En algún momento han percibido la influencia de alguna de estas personas al tratar un tema que les involucra directamente?

¿Cómo más has sentido una especie de acondicionamiento al funcionamiento de su medio por parte de los sistemas políticos?

¿Cuáles son estos factores por los cuáles el medio se siente presionado?

¿Sientes que desafían o refuerzan a las estructuras políticas con el uso de la IA en sus publicaciones?

¿Nombrar en las noticias a Rafael Correa produce mayor interacción e impresiones de visualización?

¿Consideras que es una noticia sesgada, cuando tomas postura política?

¿Estaría operando Ecuador Play como un opositor directo?

¿Los medios digitales están priorizando el impacto viral sobre la ética periodística?

¿Esta manera de publicar la noticia, en el estilo que ustedes manejan, haría que la prensa actúe como un actor político más?

¿Está favoreciendo algún tipo de interés político o económico detrás de sus publicaciones?

¿Porque para este tipo de noticias (Caso de Iza o Maduro) no se recrea el rostro con IA como las demás publicaciones?

¿Crees que enfatizar carga emocional y simbólica en los diseños produce unas narrativas dramatizadas que acompañadas con titulares de tono contundente y directo haría que el público perciba los hechos de manera sensacionalista?

¿Quiénes y porqué usarían el logo de Ecuador Play sin su consentimiento y con qué intención?

¿A qué precio se logra una interacción masiva?

¿Cuáles crees que son los factores por los que una noticia puede salir con algún sesgo?

¿Al tomar partido a través del diseño, no se convierten en actores políticos?

¿Hasta qué punto es ético utilizar IA y recursos visuales impactantes para captar la atención del público, si esto compromete la precisión y la objetividad de la información?

¿Cómo hacían antes de aplicar IA en Ecuador Play, y cómo es ahora la fluctuación del trabajo una vez aplicada la IA?

¿Cuál es el proceso que sigue la noticia desde la planificación, la redacción y sobre todo cuando llega al diseño, para finalmente ser evaluado y luego publicado el post?

¿En qué se fundamentan para afirmar que este tipo de diseños no vulneran la dignidad de los individuos?

¿Cuáles son estos desafíos que se plantea Ecuador Play?

¿Sólo dicen que usan IA cuando se equivocan?

¿Nos podrías indicar el proceso que sigue la noticia desde la planificación hasta cuando llega al diseño, para finalmente ser evaluado y luego publicado?

¿Qué medidas toma el medio para que los periodistas adquieran más habilidades en este campo?

¿Qué formación tecnológica tienen?

¿La IA se usa sólo porque es más rápido para el proceso de diseño?

¿Cuáles son las implicaciones éticas, del uso de la IA?

¿Qué hacen para evitar el refuerzo de estereotipos negativos?

¿Es crucial que los medios adopten políticas claras, cuáles serían sus políticas?

¿Cómo se aborda en el caso de Ecuador Play?

¿Hay preocupación en el personal por ser reemplazados?

¿Existe optimismo por el uso de la IA?

¿Cómo supervisar las IA que publicas, en qué te basas?

¿Hay algún caso archivado del que nos puedan mostrar evidencias?

¿Según Ecuador Play cuáles son los criterios claros para regular la aplicación, y evitar la manipulación informativa?

¿Cómo la IA ha mejorado su dinámica de trabajo, ¿en qué? ¿cuándo?

Anexo 2. Matriz de análisis crítico del discurso

Categorías

1. Uso de la Inteligencia Artificial (IA)
2. Ética
3. Impacto en el Periodismo y Credibilidad
4. Privacidad y Protección de Datos
5. Capacitación y Adaptación al Uso de IA
6. Transparencia y Rendición de Cuentas
7. Innovación y Futuro

Matrices de análisis del discurso

A continuación, destacamos algunos fragmentos considerados importantes dentro de la entrevista a los trabajadores de Ecuador Play.

Tabla A 2.1. Matriz de análisis

Fragmento de Discurso/Texto de la persona entrevistada.	Uso de la IA		Impacto en el Periodismo y Credibilidad	Privacidad y Protección de Datos	Capacitación y Adaptación al Uso de IA	Transparencia y Rendición de Cuentas	Innovación y Futuro	Evaluación y Resultados
Las tareas diarias realizadas en Ecuador Play se han visto influidas por la integración de la IA, en el sentido de que se han implementado cambios en la construcción de las noticias desde que se introdujeron estas herramientas que ayudan en el análisis de cantidades considerables de datos a fin de crear diseños noticiosos con mayor rapidez. Esto ha planteado desafíos éticos con referencia a	La IA ha automatizado tareas repetitivas, permitiendo el enfoque en la creatividad y análisis de contenido, de acuerdo con las preferencias del usuario, debido a que ayuda a estructurar noticias más rápidamente y a analizar grandes volúmenes de información. Es por ello que la verificación de	La ética en la selección de datos y fuentes se ha vuelto crucial para evitar sesgos. Es por ello que se busca utilizar la IA de manera que no perjudique la integridad ni los principios éticos de la actividad periodística, asegurándose de que la personalización no comprometa	La IA mejora la rapidez y precisión, pero hay preocupaciones sobre la autenticidad y la calidad del contenido, puesto que, aunque la personalización puede aumentar la relevancia, también puede crear cámaras de eco, por lo que el contenido generado por IA debe ser	A pesar de que no se mencionaron inquietudes específicas sobre privacidad, sí se tomaron medidas para proteger los datos de los usuarios, mediante el seguimiento de protocolos estándar de protección de datos.	Uno de sus integrantes sigue una maestría como diseñador UX/UI teniendo conocimientos en verificación de datos y ética en el uso de herramientas de IA. Están conscientes todos que la formación continua en estos aspectos es de suma	Se considera que la transparencia en cómo se personaliza el contenido es fundamental para mantener la confianza del usuario. Es por ello que aspiran implementar medidas para asegurar que el uso de IA sea transparente. Las mismas están	La IA se percibe como una herramienta innovadora que puede transformar el periodismo, en el sentido de que puede ofrecer oportunidades para explorar nuevos formatos y enfoques que ayuden a hacer un contenido altamente personalizado y	Si bien es cierto que se alcanzan resultados positivos en términos de eficiencia, se requiere monitoreo continuo de la calidad del contenido, por lo que el uso ético de la IA es sumamente importante para mantener la confianza del público.

la producción de contenido, lo que nos ha hecho ser más meticulosos para asegurar la integridad y veracidad de la información en el proceso de diseño de noticias.	datos sigue siendo una tarea humana esencial en la lucha contra los sesgos algorítmicos.	la diversidad de opiniones.	monitoreado cuidadosamente. Por tanto, si bien es cierto que la IA puede ayudar en la verificación de datos, no debe ser la única fuente de verdad.		importancia para enfrentar los desafíos de la IA.	planificadas a largo plazo.	relevante al utilizarlo de manera responsable en las labores periodísticas.	
En el caso de los artes la IA está involucrada en un noventa por ciento, muchas veces el programa que nosotros utilizamos no permite recrear el rostro idéntico al personaje y entonces ponemos su rostro real, no es por ningún tipo de preferencia, hay que mencionar que estos diseños, así	Aunque la IA ha facilitado la creación y modificación de gráficos y la edición de imágenes, al realizarlos con mayor rapidez e inclusive precisión, permitiendo personalizar y adaptar los	El uso de la IA debe estar alineado con los principios éticos del diseño gráfico, por lo que al utilizarla hay que tratar de asegurarse de que no comprometa la integridad creativa ni la	La rapidez y precisión en la producción de contenido gráfico, han mejorado, pero existe preocupación en cuanto a la relevancia de los gráficos, la originalidad del contenido y sus fuentes de	Aunque se toman medidas y hay algunos protocolos para asegurar la privacidad y la protección de los datos presentados de manera gráfica, las herramientas de verificación	El equipo se compone por jóvenes profesionales con títulos de licenciados e ingenieros en Comunicación Social, Periodismo y Diseño gráfico. Son graduados en universidades	Se deben establecer políticas claras sobre la ética en el uso de IA para diseño gráfico, ya que la transparencia en cómo se personalizan los gráficos es clave para mantener la	Ya existe desde hoy una revolución que incide en el diseño gráfico y se prevé que continúe en aumento debido a que la IA ofrece oportunidades para explorar nuevos estilos y técnicas de	El diseño gráfico se ha vuelto más ágil y preciso, pero se deben establecer estándares para mantener la originalidad. En este sentido, la implementación ética de IA es importante para mantener la

<p>como los videos y “copys” que se publican en nuestras redes pasan por la revisión del jefe de edición.</p>	<p>diseños según las preferencias del usuario, brindando así más tiempo para la creatividad, es necesario tomar en cuenta que la verificación de la autenticidad y la originalidad de los gráficos es una tarea humana que ayuda a actuar ante los sesgos algorítmicos que se han convertido en un desafío constante.</p>	<p>diversidad visual en cuanto tiene referencia a la prevención de plagios y la reducción de la intervención humana en el proceso creativo.</p>	<p>verificación, por lo que se insta a monitorear estos aspectos cuidadosamente.</p>	<p>de originalidad no son consideradas como las únicas fuentes de verdad.</p>	<p>estatales y privadas del Ecuador. Muestran su apertura a una capacitación constante a pesar de barreras como la económica.</p>	<p>confianza de quienes consumen los contenidos del medio. Así como incluir procesos de participación ciudadana y rendición de cuentas.</p>	<p>diseño, además de prometer un futuro donde los gráficos sean altamente personalizados, mucho más realistas y visualmente atractivos.</p>	<p>integridad del diseño gráfico.</p>
<p>La forma de construir los contenidos con la introducción de la IA ha presentado diversos cambios, principalmente en lo</p>	<p>La dinámica del medio está basada en lograr la mayor cantidad de interacciones e ir aumentando los</p>	<p>Como se puede analizar el desarrollo tecnológico provoca cada vez más</p>	<p>La autenticidad del contenido es una preocupación constante, puesto que la</p>	<p>Esta transformación ha creado nuevos dilemas éticos, ya que el</p>	<p>Se ha tratado el tema de la ética en la creación de contenido, a fin de afrontar</p>	<p>Aunque se han implementado unas cuantas medidas para asegurar que el uso de IA sea</p>	<p>Para diseñar memes y contenido digital ha transformado la manera de</p>	<p>Se requiere un monitoreo continuo de la calidad del contenido y su autenticidad,</p>

<p>referente al diseño de dichos contenidos y en lo relacionado a la forma de asegurar la integridad y la veracidad de la información en un medio mayoritariamente utilizado para generar videos de entretenimiento. Esto ha ocasionado que el uso de la IA por parte de la producción de Ecuador Play se encuentre con el desafío de que los contenidos sean considerados como plagio carente de seriedad, afectando así en el campo ético.</p>	<p>miembros de su comunidad digital, utilizando para ello a la IA en la creación de diseños, haciéndolo más atractivo o novedoso al público, cumpliendo de esta manera con su objetivo de monetizar el contenido para poder financiar las actividades del grupo.</p>	<p>problemas éticos y deontológicos, ya que la ética ayuda a los periodistas a determinar lo que es correcto en el periodismo, la misma se ve como el conjunto de normas objetivas, válidas para todos los que ejercen esta profesión.</p>	<p>abundante cantidad de información que aquí se comparte coloca a los creadores en el dilema de apresurarse con publicar de acuerdo a las tendencias, a fin de no quedarse rezagado, o realizar el proceso pertinente de verificación de la calidad y originalidad, aunque esto pueda representar el quedarse rezagado ante</p>	<p>equilibrio que existía entre la ética individual del periodista, la ética colectiva del periodismo y la ética del negocio se ha roto.</p>	<p>los desafíos concernientes al uso de herramientas de IA para Redes Sociales</p>	<p>transparente, dicha transparencia todavía continúa siendo parcial, por lo que sería importante trabajar en el establecimiento de políticas claras al respecto.</p>	<p>comunicar en redes sociales, permitiendo a cualquier persona crear piezas visuales creativas, rápidas y virales sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Esta accesibilidad potencia la libertad de expresión y el marketing digital, especialmente en Latinoamérica, donde las redes son clave para</p>	<p>como parte fundamental de los desafíos éticos y creativos que presenta la creación de piezas audiovisuales en esta plataforma tecnológica.</p>
--	--	--	--	--	--	---	---	---

			otras publicaciones.				el humor y la crítica social.	
La economía industrial de la producción periodística funcionaba independientemente del modelo de negocios que hoy está siendo amenazado. Antes el ejemplar impreso de diarios, revistas, tabloides, tenía un precio; ahora en cambio en la era la virtual lo que vale es el acceso (el aparato y la conexión). Así podemos darnos cuenta en varios aspectos pues anteriormente se prioriza el valor del contenido y la información y ahora se	La interrelación entre los factores estructurales y contextuales crea un ecosistema mediático único en cada país. En Ecuador, el sistema de medios está condicionado por una mezcla de regulación estatal que, aunque más flexible en comparación con la época del correísmo, sigue marcada concentración en la propiedad de los medios, y un entorno político y	Es fundamental que para entender el trasfondo de sus noticias, será necesario un análisis de lenguaje y tono en sus publicaciones, evaluar la selección y enfoque que tienen sus noticias, analizando si hay un énfasis recurrente en narrativas que favorecen o critican a actores políticos	Evaluar si las imágenes generadas o editadas con IA refuerzan una narrativa específica. Identificando si la selección visual favorece o perjudica a ciertos actores políticos o sectores sociales. Revisando qué tipo de cuentas siguen, retuitean o mencionan en sus publicaciones y analizando las respuestas e	Se pueden identificar áreas de mejora en la legislación sobre medios, la protección de la libertad de expresión, y la formación de una ciudadanía informada y comprometida con los derechos humanos y la democracia.	Expresan su interés por cursar estudios de posgrado relacionados con la Comunicación y la Opinión Pública, así como en temas vinculados al manejo de la IA. Buscan capacitarse mediante la autoformación, investigando de manera autónoma contenidos relacionados en plataformas digitales y	Si los medios digitales no son transparentes en el uso de estas tecnologías, el escepticismo de la audiencia podría aumentar, debilitando la confianza en la información que consumen.	El medio debería avanzar en la implementación de estándares de transparencia y para mitigar los riesgos ya expuestos, Ecuador Play podría adoptar estrategias como revelar el uso de IA en sus contenidos, reforzar la formación en ética periodística digital dentro de su equipo y generar	Es importante una rendición de cuentas y la implementación de procesos que conlleven a una participación ciudadana más activa.

<p>valora en enlace y el proceso, haciendo que el medio no subsista por la fama sino por su posición en la red, (cómo está rankeada en Google) así como antes era importante el alcance del medio, hoy lo es el contacto y la personalización.</p>	<p>económico en constante transformación.</p>	<p>específicos, determinando si se priorizan noticias sensacionalistas o si se busca un enfoque más analítico y reflexivo, observando si el medio incluye diversas perspectivas o si sus fuentes provienen mayormente de un solo espectro ideológico.</p>	<p>interacciones con seguidores y si existe alineación con ciertos discursos predominantes en redes</p>		<p>espacios de aprendizaje en línea.</p>		<p>espacios de participación donde los usuarios comprendan mejor los procesos de producción de noticias.</p>	
--	---	---	---	--	--	--	--	--

Tabla A 2.2. Tipos de discurso

Discurso	Descripción	Entrevistas
Tecnófilo	Enfatiza las ventajas de la tecnología y su potencial para mejorar la eficiencia y productividad.	La IA nos permite producir noticias con mayor rapidez y precisión, optimizando nuestro trabajo diario.
Crítico	Señala las preocupaciones éticas y las posibles desventajas del uso de la IA en el periodismo.	El uso de la IA puede comprometer la veracidad y la ética en el periodismo, es esencial mantener un control humano riguroso.
Neutral	Adopta una postura balanceada, reconociendo tanto los beneficios como los riesgos de la IA.	La IA presenta tanto oportunidades como desafíos. Es necesario equilibrar la eficiencia con la ética.

Hegemonía discursiva

El discurso tecnófilo predomina en la narrativa de los entrevistados, reflejando una hegemonía que prioriza la innovación tecnológica y la eficiencia. Sin embargo, existen voces críticas que cuestionan esta hegemonía, enfatizando la necesidad de un enfoque ético y responsable.

Tabla A 2.3. Voces identificadas

Entrevistados	Voz	Función	Conclusión
Comunicador 1	Identificación	Reconoce y se alinea con la hegemonía	La IA es una herramienta esencial para la modernización del periodismo en Ecuador Play.
	Oposición	Cuestiona y critica la hegemonía	La dependencia excesiva de la IA puede deshumanizar el proceso periodístico y erosionar la confianza del público.
	Refutación	Contradice argumentos opositores	Aunque hay preocupaciones, la IA está diseñada para asistir, no para reemplazar al periodista.

	Aprobación	Apoya los puntos críticos	Es necesario implementar regulaciones que aseguren un uso ético de la IA en nuestras prácticas diarias.
Comunicador 2	Identificación	Reconoce la utilidad de la IA	La IA ha facilitado la creación y modificación de gráficos, permitiendo personalizar y adaptar los diseños
	Oposición	Cuestiona el impacto en la creatividad	La IA puede comprometer la integridad creativa y la diversidad visual, lo cual es preocupante
	Refutación	Contradice argumentos opositores	Aunque hay preocupaciones sobre la originalidad, la IA puede optimizar la eficiencia y permitir más tiempo para la creatividad
	Aprobación	Apoya los puntos críticos	Es necesario establecer políticas claras sobre la ética en el uso de IA para asegurar la originalidad y la verificación del contenido gráfico
Comunicador 3	Identificación	Reconoce la utilidad de la IA	La IA ha optimizado la edición de videos y la creación de contenido, permitiendo más enfoque en creatividad y estrategia
	Oposición	Cuestiona el impacto en la creatividad	Las preocupaciones sobre la autenticidad surgen debido a la diversidad de opiniones no contrastadas y la presión de tendencias
	Refutación	Contradice argumentos opositores	A pesar de las preocupaciones, la IA facilita la personalización del contenido, lo que puede ser positivo si se manejan bien los sesgos algorítmicos

	Aprobación	Apoya los puntos críticos	Es importante establecer políticas claras para asegurar la transparencia y la ética en el uso de IA en el diseño
Comunicador 4	Identificación	Reconoce la utilidad de la IA	La IA ha facilitado la automatización de publicaciones y respuestas, permitiendo una mejor gestión del tiempo y mayor interacción con los usuarios
	Oposición	Cuestiona el impacto en la creatividad	La automatización podría deshumanizar la gestión y limitar la creatividad; además, es crucial proteger la privacidad de los datos de los usuarios
	Refutación	Contradice argumentos opositores	Aunque hay preocupaciones, la IA permite una gestión más proactiva y eficiente, y con un monitoreo adecuado se pueden mitigar los riesgos de deshumanización y errores
	Aprobación	Apoya los puntos críticos	Es importante establecer políticas claras sobre la ética y la transparencia en el uso de IA, así como en la protección de la privacidad de los usuarios

El análisis del discurso en este contexto implica varios aspectos clave:

Contexto y participantes

El mensaje se analiza en su contexto, considerando los roles sociales y las relaciones de poder entre los participantes. Esto es decisivo para entender cómo se construyen y comunican los discursos.

Relación forma-significado

La forma en que se comunica algo tiene un alto impacto en su significado. En este caso, el uso del lenguaje tecnófilo versus el crítico afecta la percepción de la IA en el periodismo. El discurso tecnófilo enfatiza las ventajas y el potencial de la IA en la comunicación, presentándola como

una herramienta que optimiza el trabajo periodístico, mejora la eficiencia y amplía el acceso a la información. Este enfoque genera una percepción de inevitabilidad tecnológica, donde la IA es vista como un avance natural del periodismo, minimizando cualquier cuestionamiento sobre sus implicaciones éticas o los riesgos asociados a la desinformación y la manipulación algorítmica.

Los medios que adoptan un discurso tecnófilo suelen posicionarse como innovadores, proyectando una imagen de modernidad y competitividad en el mercado digital. Sin embargo, esta visión puede contribuir a la normalización del uso de la IA sin un debate profundo sobre sus límites y regulaciones, lo que podría afectar la credibilidad del periodismo en el largo plazo.

En contraste, el lenguaje crítico aborda la IA desde una perspectiva más reflexiva y analítica, destacando los riesgos de su aplicación en el periodismo. Este discurso pone en cuestión aspectos como la posible pérdida de empleos en la industria, la falta de regulación en el uso de IA para generar contenido, la automatización de noticias sin supervisión humana y la proliferación de noticias falsas o manipuladas.

La diferencia entre ambos discursos radica en cómo modelan la percepción pública sobre la IA en el periodismo:

Si predomina el lenguaje tecnófilo, la audiencia podría asumir que la IA es una herramienta infalible y objetiva, restándole importancia a la necesidad de supervisión humana y marcos éticos para su uso.

Si prevalece el lenguaje crítico, se genera una mayor conciencia sobre los desafíos que implica la automatización en la producción de noticias, lo que podría llevar a un consumo más reflexivo y exigente de la información digital.

Géneros discursivos

Analizar los diferentes géneros discursivos y su relación con las prácticas sociales ayuda a entender cómo se construyen los significados en la comunicación. En este caso, se examinan los discursos tecnófilos y críticos en el contexto del periodismo.

Dimensión crítica

Incorporar una dimensión crítica en el análisis del discurso permite cuestionar las estructuras de poder y las ideologías presentes en el lenguaje, desafiando las posiciones dominantes tecnófilas.

Discurso como práctica social

El discurso no solo es una práctica social, sino también una realidad socio-cognitiva que influye en la construcción de la realidad y la identidad. Este análisis permite entender cómo los discursos tecnófilos y críticos moldean la percepción del uso de la IA en el periodismo.

El análisis del discurso en este contexto revela una tensión entre eficiencia y modernización a través de la IA, y las voces críticas que abogan por un enfoque ético y responsable. Esta dualidad refleja la complejidad de integrar la IA en el periodismo, donde se deben balancear los beneficios tecnológicos con las preocupaciones éticas y sociales.