

# El desarrollo de la comunicación ante los desafíos de la Inteligencia Artificial

Javier Marzal-Felici  
Universitat Jaume I

Andreu Casero-Ripollés  
Universitat Jaume I

## Referencia de este artículo

Marzal-Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2024). Editorial n° 28. El desarrollo de la comunicación ante los desafíos de la Inteligencia Artificial. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n° 28. Castellón: Universitat Jaume I. [SIN DOI], 11-20.

---

## El desarrollo de la comunicación ante los desafíos de la Inteligencia Artificial

En cualquier foro de debate sobre comunicación es ahora mismo muy frecuente escuchar reflexiones y debates sobre la Inteligencia Artificial (IA) y su impacto en todas las facetas de la nuestra vida. Es una temática tan actual y que ha alcanzado tal nivel de protagonismo que, en estos momentos, la popular página web *WifiCFP. A Wiki for Calls for Papers* recoge la existencia de más de 8.350 *call for papers* o llamadas de comunicaciones, artículos de revistas científicas o de congresos convocados en la actualidad, que incluyen en su CFP la expresión «Artificial Intelligence».

Un rápido vistazo a nuestro alrededor, a los CFP convocados y monográficos publicados por revistas de comunicación de nuestro país en el último año y medio, permite constatar que estamos ante un tema de absoluta actualidad. Entre otros, podemos destacar el monográfico publicado en el número 1, Vol. 17, de junio de 2023, de la revista *Textual & Visual Media*, «Algoritmos, inteligencia artificial y periodismo automatizado en el sistema híbrido de medios»; en abril de 2024, el n° 55 de la revista *Tripodos* ha estado dedicado a la temática «Artificial Intelligence and Communication Opportunities and Challenges»; en septiembre de 2024 está prevista la publicación del monográfico «Inteligencia Artificial y políticas de comunicación», en el número 5, Vol. 33, de la revista *Profesional de la Información*; y en 2025 está prevista la publicación del monográfico «La publicidad en el contexto digital y el impacto de la IA» en la revista *Miguel Hernández Communication Journal*, por poner sólo algunos pocos ejemplos.

Un trabajo publicado hace pocos meses señala que entre 2013 y 2023 la Unión Europea ha financiado 29 proyectos de investigación sobre este tópico, alcanzando un total superior a 77 millones de euros. Se trata de proyectos, mayoritariamente de carácter experimental, que analizan cómo combatir la desinformación, y que abordan, en muchos casos, el diseño de bots y algoritmos para potenciar la comunicación de las organizaciones (Ufarte y Murcia, 2024).

En los últimos años, han aparecido numerosos Informes sobre el desarrollo de la IA. Uno de los más completos es que el realiza anualmente el Human-Centered Artificial Intelligence de la Universidad de Stanford. En el último Informe (Perrault y Clark, 2024), destacan algunas ideas interesantes:

Por un lado, el Informe destaca que la IA supera a los humanos en algunas tareas, como la clasificación de imágenes, razonamiento visual y comprensión del inglés, pero no en todas, como en matemáticas de nivel competitivo, razonamiento visual de sentido común y planificación.

En segundo lugar, la industria sigue dominando la investigación de vanguardia en IA. En 2023, la industria produjo 51 modelos de aprendizaje automático, mientras que el mundo académico contribuyó sólo con 15.

En tercer lugar, los costes de formación de los modelos de IA de última generación han alcanzado niveles sin precedentes. Por ejemplo, GPT-4 de OpenAI utilizó un valor estimado de 78 millones de dólares en computación para entrenar, mientras que Gemini Ultra de Google costó 191 millones de dólares en computación.

Estados Unidos supera a China, la UE y el Reino Unido como principal fuente de modelos de IA de primer nivel. Desde 2022, la inversión en IA generativa se ha disparado, hasta octuplicar la inversión en 2023 respecto a 2022, alcanzando los 25.200 millones de dólares.

Según los datos disponibles, la IA hace que los trabajadores sean más productivos, al permitir completar tareas más rápidamente y mejorar la calidad de su producción. Estas tecnologías aceleran el progreso científico en el desarrollo de nuevos materiales, avances en biomedicina, etc.

Finalmente, destaca el aumento de regulaciones sobre IA en Estados Unidos, de un 56,3% en el último año. Sin duda, se trata de una respuesta a la creciente preocupación en la sociedad norteamericana por el impacto potencial de la IA, que es percibida negativamente de forma mayoritaria (52%).

En los últimos años han ido apareciendo diferentes informes relacionados con la aplicación de la IA en el periodismo, que advierten sobre la necesidad de proteger los valores éticos en el ejercicio de la profesión. Uno de los más tempranos fue el promovido por el Consell de la Informació de Catalunya en 2021, *Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo*, que puede considerarse como uno de los más completos y precisos a la hora de reivindicar la calidad de la producción periodística, en la que los profesionales del periodismo tienen una responsabilidad absolutamente fundamental (Ventura Pocino, 2021).

El Consejo de Europa publicó un informe a finales de 2023, *Guidelines on the responsible implementation of artificial intelligence systems in journalism*, en el que se propone el establecimiento de estándares comunes que sirvan de guía en la aplicación de la IA al periodismo, ya que se trata de una serie de tecnologías muy potentes con un impacto y alcance muy importante en los derechos humanos y en las libertades fundamentales (Consejo de Europa, 2023). Este informe concluye que la aplicación y el uso responsables de los sistemas de IA periodística implica que no sólo los redactores y periodistas, sino también los proveedores de tecnología que trabajan en IA periodística, lo hagan teniendo en cuenta los valores profesionales y los derechos e intereses de los sujetos y de la audiencia. Para ello, es necesario que todas las partes reciban una formación suficiente en materia de ética y derechos humanos» (Consejo de Europa, 2023: 3).

En este sentido, resulta bastante desconcertante que el documento *Informe sobre los avances en la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial* del Gobierno de España no incluya entre sus principales ejes de trabajo el estudio y la supervisión del desarrollo de la IA en relación con la dimensión ética en el ejercicio del periodismo y de la comunicación (Gobierno de España, 2023).

Por otro lado, hay que destacar el esfuerzo realizado por diferentes grupos de investigación de varias universidades españolas para la realización de manuales para el uso correcto de las herramientas de IA. En este sentido, hay que destacar la labor desarrollada por la Cátedra RTVE de la Universidad Autónoma de Barcelona para la «innovación de los informativos en la sociedad digital», creada en 2016, que ha impulsado la publicación de varios Informes sobre las aplicaciones

de la IA en el ejercicio del periodismo, entre los que destacan *La aplicación de la IA a los sistemas de edición* (Tejedor y Vila, 2024), que ofrece un directorio de herramientas, proyectos y empresas que aplican la IA a los sistemas de edición de vídeo, imagen y texto. Por el momento, parece confirmarse que la IA aporta una valiosa ayuda en las redacciones para desarrollar las tareas más tediosas y rutinarias, aunque, por sí misma, no puede sustituir el trabajo de los periodistas (Tejedor, Cervi, Pulido y Guerrero, 2024: 28), y cuyas herramientas están más pensadas para el marketing, por lo que necesitan la monitorización humana (Lopezosa, Pérez-Montoro y Rey Martín, 2024).

La Cátedra Interuniversitaria de Análisis y Prospectiva Audiovisual, promovida por el Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana, ha impulsado la elaboración de una guía para la utilización de la IA, *Introducción al uso de la Inteligencia Artificial en Periodismo. Guía de referencias y modos de uso*, que recoge un análisis de las tendencias sobre el uso actual de la IA en las redacciones, una guía de aplicaciones de IA en la producción de contenidos periodísticos y una serie de reflexiones sobre la utilización de la IA desde la ética (Cano-Orón y López-Meri, 2024). Otras orientaciones de reciente aparición son *IA para periodistas. Una herramienta por explotar*, de la Consultora Prodigioso Volcán (2023), o el informe de Metroscopia *La inteligencia artificial en el periodismo*, de junio de 2023, que hace poco más de un año recogía la preocupación de los españoles sobre la percepción de IA como riesgo para nuestra privacidad y para la proliferación de bulos o noticias falsas (Metroscopia, 2023).

El desarrollo de la IA está influyendo también de manera muy notable en otros ámbitos de la comunicación. Por un lado, la comunicación publicitaria y el marketing se están viendo muy beneficiadas por su uso, que es, actualmente, una herramienta necesaria para el análisis de datos, la creación de contenidos, las predicciones de comportamientos, la personalización de campañas, etc., como recoge el Informe *IA-Inteligencia Artificial en España y el mundo 2023*, realizado por la consultora Ditendria.

El campo de la creación audiovisual constituye un territorio muy fructífero para la utilización de aplicaciones de IA. Para Joan Fontcuberta, la aparición de la IA se produjo, en realidad, hace más de 20 años, sólo que no se la denominaba así todavía. A diferencia de lo que sucedió hacia 1839 con la aparición de la fotografía, concebida (erróneamente) desde sus orígenes como un modo de captar la realidad sin la intervención de la mano humana, con la revolución de la IA volvemos a toparnos con una técnica que permite crear imágenes, (en apariencia) sin la intervención de la instancia humana. Lo cierto es que, como señala Fontcuberta, las nuevas herramientas IA automatizan muchas labores mecánicas y laboriosas, permitiendo al fotógrafo que pueda concentrarse en los aspectos creativos y reflexivos. Del mismo modo que ninguna fotografía analógica (fotoquímica) o digital es «inocente», las imágenes de síntesis creadas por IA tampoco lo son (Fontcuber-

ta, 2024). Es evidente que las aplicaciones de la IA en la creación y producción de contenidos audiovisuales en los ámbitos del entretenimiento y de la ficción tiene por delante un futuro próximo muy prometedor, que requerirá nuestra máxima atención en los próximos años.

Estamos, por tanto, muy satisfechos con la presentación de este número monográfico de la revista *adComunica* dedicado a la temática «Inteligencia Artificial y Comunicación». Creemos que en los próximos años asistiremos a una creciente producción de investigaciones sobre este tópico relacionadas con el campo científico de las Ciencias de la Comunicación. Agradecemos el esfuerzo realizado por Carlos Arcila Calderón y Patricia Sánchez-Holgado, profesores de la Universidad de Salamanca, para la coordinación de este monográfico.

### **Nuevos cambios en la RTV pública valenciana**

No podemos obviar en este editorial del n.º 28 de la revista *adComunica*, de julio de 2024, la reciente aprobación de la Ley 2/2024, de 27 de junio, de la Generalitat, de la Corporación Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Especialmente porque se trata de la norma jurídica que ordena los medios de comunicación de titularidad pública, cuyo impacto en el sector comunicativo y audiovisual valenciano es realmente trascendental. Y es que no podemos olvidar que el cierre de RTVV en 2013 tuvo un enorme impacto negativo que arrastró a todo el sector audiovisual valenciano, llevándolo casi al límite de su extinción. No sólo hablamos de los efectos negativos sobre las productoras audiovisuales, las agencias de publicidad, agencias de medios y otras empresas de los campos de la información, de la publicidad y del entretenimiento, sino también de numerosas empresas de servicios (alquiler de equipos audiovisuales, empresas de servicios de todo tipo, empresas de restauración, hostelería, etc.) que hacen posible el desarrollo de la comunicación, en sus diferentes campos, en el territorio de la Comunidad Valenciana.

La nueva ley 2/2024 ha sido aprobada en un tiempo récord, en apenas tres meses, como proposición de ley, coincidiendo con otras proposiciones de ley como la que regula la denominada libertad educativa o la referente a la concordia. A diferencia de lo sucedido con la Ley 6/2016 que permitió recuperar el servicio público de radiotelevisión de la Comunidad Valenciana, aprobada por todas las formaciones políticas (con la abstención del Partido Popular), la nueva ley ha sido aprobada por mayoría absoluta con los votos en contra de los partidos de la oposición. La ley 2/2024 presenta bastantes lagunas y falta de concreción en muchas cuestiones, lo que ha suscitado muchas dudas sobre su viabilidad y pertinencia. Especialmente llamativo es el cambio que introduce la nueva ley aprobada, cuando señala que los ocho miembros del nuevo Consejo de Administración serán votados directamente por la Cortes Valencianas, cuando en la composición actual, el Consejo Rector incluye un representante de cada formación política, un representante del Con-

sejo de la Ciudadanía (que desaparece en la nueva ley, lo que constituye un grave ataque a la pluralidad que se pretende proteger), un representante de la plantilla de la Corporación y de la Sociedad Anónima de Medios de Comunicación (sociedad mercantil À Punt Mèdia), y dos representantes propuestos por el Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Lo más paradójico de la nueva ley es que se proclama que este nuevo marco jurídico «pretende implantar un nuevo modelo audiovisual multimedia público en el que se conjugan la independencia, la transparencia, la pluralidad y la implantación de las buenas prácticas y del buen gobierno del sector público...» (DOGV, página 32718).

Por otro lado, no hay referencia alguna a los requisitos que han de cumplir los consejeros y consejeras, ni la dirección general de la nueva corporación, ni tampoco se detalla cómo se designará el Consejo de Informativos que, con la eliminación del Consejo de la Ciudadanía, pone en duda la viabilidad y transparencia del nuevo modelo de gobernanza que se propone implantar. Por otro lado, la nueva ley ignora un mandato muy importante que incluía la ley 6/2016 y el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, respecto a la promoción y la defensa del valenciano, que deben proteger los medios de comunicación públicos de la Generalitat Valenciana. Como se puede constatar, se trata de una nueva ley que rompe algunos consensos políticos muy importantes y que favorece la pérdida de independencia de los medios de comunicación públicos respecto al poder político.

Para conocer con más detalle los principales problemas que presenta la nueva ley, se puede consultar el escrito firmado por ocho miembros del Consejo Rector (Consejo de Administración) de la actual Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC), que fue publicado el pasado 2 de julio de 2024 en el periódico digital elDiario.es. Este escrito ha recibido el apoyo de la Asociación de Periodistas del País Vasco, de la Junta Directiva de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) y de la Junta Directiva de la asociación Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) de la sección de España.

### **Nuevos cambios en el sistema de evaluación de calidad de la producción científica a nivel estatal**

En el editorial del número 27 de la revista *adComunica* nos hacíamos eco de la publicación entre los meses de junio y septiembre de 2023 de las indexaciones de Clarivate, Elsevier, Scimago, FECYT y Dialnet, lo que permitía constatar la mejora constante de la posición de numerosas revistas de comunicación en los rankings internacionales, resultado del esfuerzo continuado de sus equipos editoriales y, muy especialmente, de la comunidad científica en su conjunto. También se explicaba que el nuevo modelo de evaluación de la calidad de la producción científica, recogido en el documento *Estrategia nacional de ciencia abierta (ENCA) 2023-2027*,

se pone el acento en la necesidad de ofrecer el acceso abierto a los resultados de investigación, el uso de plataformas digitales basadas en código abierto, la oferta de recursos educativos en abierto, etc., así como la adhesión a diferentes iniciativas internacionales como la Declaración de San Francisco DORA (2012), el Manifiesto de Leiden (2015) o la Coalition for Advancing Research Assessment (CoARA) (2022). En el último año y medio, la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (ANECA) ha desarrollado diferentes acciones para avanzar en el cumplimiento de los principios y compromisos adquiridos con su adhesión a CoARA que está integrada por 350 organizaciones de 40 países.

El pasado 1 de abril de 2024 ANECA entraron en vigor los nuevos criterios para la evaluación de la producción científica del programa ACADEMIA, que, como se afirma en la web de la Agencia, trata de valorar una mayor diversidad de contribuciones y de carreras y perfiles de investigación; promueve una ciencia abierta a la sociedad, en su concepción más amplia; trata de garantizar una adecuada evaluación de la investigación multi e interdisciplinar, con la creación de comisiones y comités evaluadores específicos; intenta evitar sesgos en la evaluación e incorporar en todas las comisiones especialistas en evaluación de la investigación con perspectiva de género; avanza en modelos de evaluación cualitativa y en el uso del currículum narrativo; y propone nuevas métricas, que permitan pasar de la teoría a la práctica en este nuevo marco. Nos hallamos, pues, en un momento de cambio normativo muy importante, que va a exigir al conjunto de la comunidad universitaria estar a la altura de un modelo de muy compleja aplicación.

Para terminar, queremos agradecer la participación de los investigadores y profesionales que han colaborado en este número 28 de la revista *adComunica*, así como a los revisores, a los coordinadores del monográfico y al equipo editorial de la revista, sin cuyo compromiso, dedicación y generosidad altruista no sería posible la aparición de un nuevo número. Y, muy especialmente, agradecemos a nuestros lectores y al conjunto de nuestra comunidad científica su apoyo a este proyecto editorial.

## Referencias

Cano-Orón, Lorena y López-Meri, Amparo (2024). *Introducción al uso de la Inteligencia Artificial en Periodismo. Guía de referencias y modos de uso*. Valencia y Castellón: Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, Càtedra Interuniversitària de Anàlisi i Prospectiva Audiovisual, Universitat de València y Universitat Jaume I. Consultado el 24 de julio de 2024 en <https://roderic.uv.es/bitstreams/35be68bf-fc39-4096-b6df-96b8d468db02/download>

Consejo de Europa (2023). *Guidelines on the responsible implementation of artificial intelligence systems in journalism*. Bruselas: Unión Europea. Consultado el 24 de ju-

lio de 2024 en <https://rm.coe.int/cdmsi-2023-014-guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artific/1680adb4c6>

Ditendria (2023). *IA-Inteligencia Artificial en España y el mundo 2023*. Madrid: Ditendria, Agencia Consultora de Estrategia de Marketing y Venta Digital. Consultado el 24 de julio de 2024 en <https://ditrendia.es/ditrendia-presenta-el-informe-ia-inteligencia-artificial-en-espana-y-en-el-mundo-2023/>

Fontcuberta, Joan (2024). *Desbordar el espejo. La fotografía, de la alquimia al algoritmo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Gobierno de España (2023). *Informe sobre los avances en la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial*. Madrid: Gobierno de España.

Lopezosa, Carlos; Pérez-Montoro, Mario y Rey Martín, Carina (2024). El uso de la inteligencia artificial en las redacciones: propuestas y limitaciones. En: *Revista de Comunicación*, Vol. 23, n°1, 279-293. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3309>

Metroscopia (2023). *La inteligencia artificial en el periodismo*. Sondeo de opinión. Madrid: Metroscopia. Consultado el 24 de julio de 2024 en <https://periodismo2030.com/wp-content/uploads/23.06.13.-METROSCOPIA-Periodismo-e-Inteligencia-Artificial.pdf>

Perrault, Ray y Clark, Jack (dir.) (2024). *Artificial Intelligence Index Report*. Stanford: Stanford University, Human-Centered Artificial Intelligence. Consultado el 24 de julio de 2024 en [https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2024/04/HAI\\_AI-Index-Report-2024.pdf](https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2024/04/HAI_AI-Index-Report-2024.pdf)

Prodigioso Volcán (2023). *IA para periodistas. Una herramienta por explotar*. Buenos Aires: Prodigioso Volcán, Karen de la Hoz, Fundación Gabo, Florencia Coelho, New Media Research en el diario *La Nación*, de Argentina. Consultado el 24 de julio de 2024 en [https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA\\_para\\_periodistas\\_2023.pdf](https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf)

Tejedor Calvo, Santiago; Cervi, Laura; Pulido, Cristina; Guerrero Gómez, Natalí (2024). Inteligencia Artificial para creación de contenidos periodísticos. En: *Social Review*, Vol.12, n°1, 15-30. DOI: <https://doi.org/10.62701/revsocial.v12.5179>

Tejedor, Santiago y Vila, Pere (Dir.) (2024). *La aplicación de la IA a los sistemas de edición*. Barcelona: Observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital, RTVE, Universitat Autònoma de Barcelona, Gabinete de Comunicación y Educación. Consultado el 24 de julio de 2024 en <https://www.rtve.es/rtve/20240610/resultados-informe-ia-sistemas-edicion-rtve-uab/16141767.shtml>

Ufarte Ruiz, María José y Murcia Verdú, Francisco José (2024). Una aproximación al mapa sobre la investigación en inteligencia artificial aplicada al periodismo

en Europa (2013-2023). En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 82, 1-18. DOI: <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2256>

Ventura Pocino, 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, Generalitat de Catalunya. Consultado el 24 de julio de 2024 en [https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorithmes\\_a\\_les\\_redaccions\\_ESP\\_.pdf](https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorithmes_a_les_redaccions_ESP_.pdf)

