



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO**

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**“EL FUTURO DEL PERIODISMO:
LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA PARA LA LABOR
PERIODÍSTICA”**

**TRABAJO TERMINAL DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

PRESENTAN

**CRISTIAN DANIEL BRENES GUTIÉRREZ
FERNANDA ISABEL MARTÍNEZ SANDOVAL
ABDIEL DE LA ROSA RUÍZ
JUAN MANUEL VILLANUEVA OCHOA**

ASESORES RESPONSABLES

**MTRO. GABRIEL PÉREZ CRISANTO
DRA. LAURA NALLELY HERNÁNDEZ NIETO**

**ÁREA DE CONCENTRACIÓN: NARRATIVAS, REDES SOCIALES Y CULTURA
VISUAL EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

CIUDAD DE MÉXICO, JULIO DE 2025

Introducción.....	4
Capítulo 1: Historia del periodismo en México.....	7
1.1. Época Prehispánica.....	7
1.2 Época colonial.....	7
1.3 La independencia.....	9
1.4 Época de la Reforma.....	11
1.5 El Porfiriato.....	13
1.6 La Revolución.....	16
1.6.1 La Ley sobre Delitos de Imprenta.....	18
1.7 Siglo XXI.....	20
1.8 El periodismo en relación a los avances tecnológicos.....	23
1.9. Integración de la IA en el Periodismo (2015-2024).....	24
1.9.1 ¿Qué es la Inteligencia Artificial?.....	24
1.9.2 Antecedentes de la IA.....	25
1.9.3 Historia del periodismo automatizado.....	26
Capítulo 2: Evaluación de la calidad informativa.....	29
2.1 Definición de calidad en el periodismo.....	32
2.3 Alcances y limitaciones de la automatización en el trabajo periodístico.....	36
2.3.1 La automatización inteligente como sustituto de la creatividad humana.....	36
2.3.2 Áreas del trabajo periodístico susceptibles a la redefinición de roles a causa de la automatización.....	39
2.3.2.1 Nuevos perfiles laborales para los periodistas en la era de la IA.....	40
2.3.2.2 Transformación del trabajo periodístico y la relación con las herramientas automatizadas.....	41
Capítulo 3: Evolución del modelo de negocio en los medios de comunicación.....	44
3.1 Impacto de la IA en los ingresos y sostenibilidad financiera de los medios de comunicación.....	45
3.2 La IA y el cambio en las estructuras organizativas de los medios: ¿Cómo afecta a los roles tradicionales de los periodistas?.....	47
3.3 Redefinición de los modelos de negocio de los medios de comunicación en la era de la inteligencia artificial.....	49
Capítulo 4: El futuro del periodismo.....	52
4.1 Habilidades y competencias clave para los periodistas del futuro: Desde la programación hasta la ética digital.....	52
4.2 La polivalencia y especialización: Nuevas expectativas y requisitos para los periodistas.....	55
Conclusiones.....	57

Anexos.....	61
Anexo 1. Entrevista a Issa Osorio.....	61
Anexo 2. Entrevista a Agustín Velasco.....	71
Anexo 3. Entrevista a Agustín Olaís.....	83
Anexo 4. Entrevista a Carlos Santiago.....	88
Anexo 5. Entrevista a Jorge Arturo Jiménez.....	98
Anexo 6. Entrevista a Reyna Haydee.....	117
Anexo 7. Entrevista a Marcela Nochebuena.....	133
Anexo 8. Entrevista a Alejandro Jimenéz.....	153
Anexo 9. Entrevista a Carlos Pozos, Sandra Aguilar y José Sobrevilla.....	175
Bibliografía.....	181

Introducción

El presente trabajo analiza el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo, con énfasis en cómo ha transformado los procesos de producción, distribución y consumo de contenido noticioso. Desde una perspectiva histórica y tecnológica, se examina la evolución del periodismo en México, desde sus manifestaciones en la época prehispánica hasta su reconfiguración en la era digital. Este enfoque permite contextualizar los cambios actuales en relación con desarrollos anteriores, destacando el papel que las innovaciones tecnológicas han desempeñado en la transformación de las prácticas informativas. Asimismo, se considera el papel de la IA como una herramienta que no solo automatiza tareas, sino que también modifica las dinámicas laborales, editoriales y de acceso a la información en el ecosistema mediático contemporáneo.

En este sentido, el propósito del siguiente estado de la cuestión es revisar diversos artículos de investigación en donde se proporciona una perspectiva general de los retos, alcances y limitaciones del uso de la IA, así como la implementación del periodismo automatizado en diversos medios de comunicación a nivel mundial.

En cuanto a los retos, alcances y limitaciones que han enfrentado los profesionales de la comunicación con la llegada de la IA a sus puestos de trabajo, Carlos Lopezosa, Mario Pérez y Carina Rey (2024), en su artículo “El uso de la inteligencia artificial en las redacciones: propuestas y limitaciones”, examinan como distintos medios de comunicación han impulsado proyectos que involucren el uso de la IA, por ejemplo la *British Broadcasting Corporation* (BBC) desarrolló en 2020 *Graphical Storytelling*, herramienta que crea de forma automática comics de hechos noticiosos que hayan sido redactados por periodistas, otro ejemplo es el del periodico español El País que desarrolló *Perspective*, una herramienta que modera los comentarios que los lectores dejan en su sitio web.

Con este recorrido, los investigadores han encontrado que los medios de comunicación que han utilizado a la IA han agilizado y optimizado los diversos procesos de creación y producción de sus contenidos. Sin embargo también destacan que existen ciertas restricciones, principalmente guiadas a la generación de información falsa o inexacta, pero además se pueden desencadenar problemáticas como el plagio o la carencia de una postura ética ante algún hecho.

Por otra parte, un proyecto impulsado por *The London School of Economics and Political Science* (LSA) en conjunto con *Google News Initiative*, resultó en la publicación del informe “Generando el cambio. Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA” (2023) liderado por el periodista Charlie Beckett y la investigadora Mira Yassen. En este informe, se encuestaron más de 120 editores, periodistas, expertos en tecnología y medios de comunicación de 105 redacciones de 46 países para conocer sus conocimientos y usos de la IA.

Entre los resultados a los que se llegaron, se encuentran: que existe un acceso desigual a la IA entre los países del hemisferio Norte y Sur; que tres cuartas parte de los encuestados utilizan la IA en al menos una de las etapas de la labor periodística; que casi el 50% del total de los encuestados consideran que ellos o las organizaciones a las que pertenecen no se encuentran preparados para enfrentar las implicaciones que conlleva incorporar la IA; que a poco más del 60% de los encuestados les preocupa que el uso de la IA en sus entornos de trabajo afecte la calidad ética y editorial del trabajo de los periodistas, lo que incentivaría la desconfianza del público; que el 43% de los que respondieron a la encuesta señalan de suma importancia que los profesionales de la comunicación sean alfabetizados en IA y en demás habilidades tecnológicas.

Si bien ya existen distintos trabajos de investigación que hacen alusión a cómo los medios de comunicación de distintas partes del mundo están incorporando la IA en su forma de trabajo, así como las ventajas y desventajas que esto conlleva. Que sin duda alguna, serán de gran ayuda para conocer cómo la IA ha modificado los procesos de producción y distribución de la industria.

Para ello, partimos de la hipótesis de que la integración de la IA en la industria del periodismo está transformando el medio en su totalidad, esto trae consigo la creación de nuevos roles que desempeñar en el medio, así como las aptitudes que un periodista debe implementar para ejercer su trabajo.

Bajo este contexto, definimos como objetivo principal analizar el impacto de la inteligencia artificial en la industria del periodismo, enfocándose en la transformación de los roles laborales y en los nuevos paradigmas de producción y consumo de carácter noticioso. También, buscamos identificar los nuevos perfiles y habilidades profesionales demandados en el contexto de una industria de los medios de difusión que se ha visto impulsada por IA, y analizar las competencias necesarias para adaptarse a esta transformación. Y por último, examinar cómo

la IA está optimizando los procesos de producción y distribución en el periodismo, y cómo esto ha cambiado los roles y funciones laborales en la redacción de noticias

Para cumplir estos objetivos, analizamos fuentes históricas y contemporáneas sobre el desarrollo del periodismo, así como teorías sobre tecnología y comunicación de autores como Manuel Castells. Además, realizamos entrevistas a periodistas en activo que compartieron sus experiencias frente al uso de IA en su trabajo cotidiano. Se maneja en dos apartados principales, en el primero se indaga de diversas fuentes como libros, artículos, revistas, páginas de internet, etc. Toda la información pertinente en torno a algunos aspectos primordiales como, la tecnología, la inteligencia artificial y la historia del periodismo en México con sus respectivos contextos socioculturales y cómo estos aspectos se relacionan entre sí. En el segundo apartado con base a la información recolectada y analizada, se creará un formato de preguntas puntuales con el que se entrevistará a un grupo de personas relacionadas con el periodismo, los medios de comunicación o que estén relacionadas con la publicación de contenido, el material de preguntas variará dependiendo de la persona a la que se le aplicará para la obtención de información más puntual y variado. Para ambos apartados se desarrollarán conclusiones acertadas conforme a la hipótesis y objetivos de la investigación.

El motivo por el cual realizamos este estudio fue el creciente protagonismo de la inteligencia artificial en los procesos de comunicación y la necesidad de entender cómo estas transformaciones afectan al periodismo en México, tanto en su ejercicio profesional como en su función social.

Capítulo 1: Historia del periodismo en México

El periodismo en México ha evolucionado a lo largo de su historia, desde la comunicación prehispánica con códices y mensajería, pasando por la imprenta en la colonia y un periodismo politizado en la independencia, hasta los cambios técnicos y censura del Porfiriato. Durante la Revolución, se convirtió en un cronista combativo. En el siglo XX, con la radio, televisión y medios digitales, se transformó significativamente. Y en la actualidad se enfrenta a desafíos como la globalización, las redes sociales y la búsqueda de la veracidad. Cada etapa histórica ha sido clave para moldear el periodismo en el país.

1.1. Época Prehispánica

Según Eloy Caloca Carrasco (2003), en su libro *Recuento histórico del periodismo*, señala que los primeros pueblos en México no desarrollaron un sistema de escritura como el que conocemos hoy. En este sentido, los códices pueden considerarse un antecedente temprano de la labor periodística, pues su propósito era similar al de los medios modernos: documentar los eventos significativos de una sociedad.

Se sostiene que, las sociedades aztecas trajeron los jeroglíficos durante su peregrinación desde Culhuacan hasta la fundación en la ciudad de México. Además, dice que en esta etapa, los códices pictográficos no eran accesibles al pueblo común, puesto que, permitían a las élites preservar y transmitir información clave para la gobernanza y la legitimación del poder. Con la llegada de los españoles y la conquista, se trajo la escritura alfabética y más tarde, la imprenta, lo cual transformó la manera de registrar y transmitir información. Este proceso introdujo un modelo de difusión más estructurado que sentaría las bases del periodismo colonial (Carrasco E. 2003)

1.2 Época colonial

La época colonial comenzó en 1521, después de la caída de Tenochtitlan (Carrasco E. 2003). Tres años más tarde, en 1524, surgen los pregoneros, quienes son los verdaderos predecesores del actual periodista, porque, aunque fuera de forma primitiva, informaban a la comunidad de las medidas tomadas por el Ayuntamiento. Su labor consistía en recorrer calles, mercados y plazas

públicas, proclamando noticias, anuncios o decretos oficiales del ayuntamiento, leídos en voz alta (Reed L. 1998).

Poco tiempo después, en la Ciudad de México se estableció la primera imprenta de todo el continente. Para entonces el 12 de junio de 1539, se firmó en Sevilla el contrato entre el impresor alemán Juan Cromoberger y el oficial Juan Pablos de nacionalidad italiana, para que el segundo trajese papel a México (Ochoa, 1968).

En ese mismo año aparece el primer libro impreso por Juan Climaco en América, titulado *La breve y compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*. La escala espiritual para subir al cielo, con ello trajo consigo la reproducción de las llamadas hojas volantes. Estos impresos salían a las calles solo cuando la noticia era importante y contenía sólo una narración. Con la llegada de la imprenta, se comenzaron a publicar obras de carácter religioso y administrativo. Este desarrollo tecnológico consolidó el poder eclesiástico y civil, sentando las bases para una forma rudimentaria de periodismo (Reed, 1998).

Apareció el primer impreso mexicano de carácter informativo en 1541, realizado por Francisco Rodríguez, hace relación al terremoto ocurrido en la ciudad de Guatemala. El encabezado lleva por nombre *Relación del espantable terremoto que ahora nuevamente ha acontecido en las Indias en una ciudad llamada Guatemala*. Es caso de grande admiración y de gran ejemplo para que todos nos encomendamos apercebidos para cuando Dios fuese servido de llamarnos. Se nos aclara que, por el año de 1666, aparece en la Capital de la Nueva España el primer papel noticiero que llevó el nombre de *Gaceta*, lo siguieron la *Primera gazeta* del año de 1667; la *Gazeta nueva* de varios sucesos en 1668, y otras *gacetas misceláneas* sin periodicidad fija.

Se plantean tres etapas de la *Gaceta de México*; La primera etapa surge en el año de 1722, donde Juan Ignacio de Castorena fundó el primer periodico llamado *La Gaceta de México* con el subtítulo de *Y noticias de Nueva España*. La segunda etapa es la suspensión de la *gaceta* por su editor debido a factores como la falta de apoyo financiero y la estricta censura colonial. En ese tiempo, mantener un periódico era difícil, ya que la mayoría de la población era analfabeta y la circulación estaba restringida a las élites. Por otro lado, en este mismo año, José Ignacio Bartolache publicó el *Mercurio Volante*, una publicación centrada en temas científicos, médicos y educativos. Este esfuerzo demostró el potencial de la imprenta para la divulgación del

conocimiento entre las élites letradas. La tercera etapa aparece seis años después con Juan Francisco Sahagun de Alvarado, quien retomó el periodico y lo logró sostener once años más ,hasta que por dificultades para adquirir papel tuvo que interrumpir su proceso, reapareciendo en enero de 1742 con el nombre de *Mercurio de México*, su novedad fue agregar poesía en sus páginas (Ochoa, 1968). *La Tercera Gazeta de México* que fue fundada por el impresor Manuel Antonio Valdés, con autorización del virrey Matias de Galvez, apareció en 1784 un periódico de carácter oficialista, su principal objetivo era proporcionar a las autoridades un espacio para comunicarse (Reed & Castañeda, 1998). El contenido se basaba principalmente en información suministrada por el gobierno, lo que reflejaba su enfoque institucional y controlado. De igual manera el primero de octubre de 1805, es la fecha de nacimiento del diarismo mexicano. Ese día apareció el primer número del *Diario de México*, dirigido por los abogados Jacobo de Villaurrutia y Carlos Maria de Bustamante. Informo sobre la ciencia, literatura, noticias nacionales, políticas,etc. Su redactor principal fue don Juan Wenceslao Barquera (Ochoa, 1968).

A medida que la época colonial llegaba a su fin, los escritores tuvieron que desempeñar el papel de la formación de la opinión pública y la conciencia nacional. Aunque su labor estuvo influenciada por el control y la censura impuesta por la corona española, la gran mayoría de editores de periódicos y autores de textos escritos empezaron a reflejar en publicaciones clandestinas ideas revolucionarias contribuyendo al proceso de la transformación cultural y social que impulsó el camino hacia la independencia.

1.3 La independencia

El periodismo durante la independencia de México (1810-1821) tuvo un papel fundamental en la difusión de ideas y en la lucha ideológica entre insurgentes y realistas. Miguel Hidalgo y Costilla, líder e iniciador del movimiento de independencia de México, fue también fundador del primer periódico insurgente: *El Despertador Americano* (Caloca, 2023:9). Este mismo autor explica que, este periodico disimulo sus intereses revolucionarios para obtener el apoyo de sectores sociales, pero luego, conforme el movimiento se extendía, en las columnas se comentaban las victorias del ejército insurgente. El gobierno contraatacó y dictó severas penas para quienes editarán o lo leyeran (Caloca,2003:134).

En consecuencia, los impresores se convirtieron en actores clandestinos, al imprimir periódicos y folletos en secreto para evitar la represión, de igual manera se asociaron con líderes insurgentes para obtener material sobre las ideas de la independencia. Esta transformación dio a un rol más proactivo, donde los editores e impresores no solo producen, sino que también actuaban como aliados estratégicos de la lucha política y social de los insurgentes.

Después de que fue suspendido *El despertador Americano*, apareció *Illustrator Nacional* en 1812 fundado por el Dr. José María Cos, el 3 de junio de 1812 el virrey Venegas arremetió contra el *Ilustrador Nacional*, "Declaró cómplices en la expedición, a todos los que copiaran, leyesen u oyesen leer semejantes papeles sediciosos, sin dar prontamente cuenta a las justicias". (Reed, 1998:111)

Más tarde el doctor Cos ya había decidido suspender la publicación del *Ilustrador Nacional* para dar vida a otro diario, que junto con la ayuda de la sociedad secreta de los Guadalupe, consiguieron un metal de imprenta y lo hicieron llegar a Sultepec, lugar donde inició su publicación, este lleva por nombre *El Ilustrador Americano*, bajo la redacción de Andrés Quintana Roo e Ignacio López Rayón, este periódico no solo propagaba las ideas insurgentes, sino que también articulaba un discurso fundamentado en los principios de la Ilustración, como la soberanía popular y los derechos humanos. De esta manera, el periodismo insurgente se convirtió en un foro para el debate de las grandes ideas de su tiempo. Siguió apareciendo periódicos, tales como; *El jugueteillo*, de Bustamante (1812); *El Pensador Mexicano* de José Joaquín Fernández (1812-1814); *El Correo Americano del Sur* (1813), *El Semanario Patriótico Americano* (1812-1813) por Morelos y *El Patriota de la América Septentrional* (1813) de Carlos María de Bustamante (Caloca, 2003).

Por otro lado, las autoridades virreinales anunciaron la promulgación de la Constitución de Cádiz, que reconocía la libertad de imprenta. En la constitución política de la monarquía española (1812) el artículo 371 señala que: "todos los españoles tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anterior a la publicación, bajo las restricciones y responsabilidad que establezcan las leyes". Además, para propagar la idea del Plan de Iguala se imprimió el primer periódico del sur, llamado *El Mejicano Independiente* por Iturbide y Vicente Guerrero como un pacto de alianza. (Eloy, 2003) En la consumación de la independencia, *La Abeja Poblana* fue el primer periódico

que se unió al plan de Iguala, editado y publicado en Puebla durante 1820 y 1821, su fundador fue Juan Nepomuceno Troncoso (Ochoa, 1968).

En el año de 1821, también apareció en el hoy estado de Querétaro el Ejército Imperial Mejicano de las Tres Garantías, a partir del 24 de mayo. Por las mismas fechas se publicó *La Abeja de Chilpancingo*, por don Carlos María de Bustamente, en Guadalajara, apareció la Gaceta del Gobierno de Guadalajara. En Tepotzotlán nació el *Diario Político Militar Mexicano*, redactado por don José Joaquín Fernández de Lizardi, y por los hermanos don Joaquín y don Bernardo de Miramón (Reed, 1998).

Esta etapa marca a la prensa como una de las principales armas de los insurgentes para promover la independencia y movilizar a la población. Los periódicos clandestinos se convirtieron en una forma de resistencia y el rol del periodista comenzó a definirse como un actor político y social fundamental en los procesos de cambio, trayendo consigo un periodismo más comprometido con la causa pública y con ideales democrático.

1.4 Época de la Reforma

Los años consiguientes en el país fueron turbulentos en cuestiones políticas y sociales que retrasarían un agrupamiento sólido que fuese afín a una sola corriente política y económica, dado a las disputas civiles que se suscitan de manera constante y que impedían un orden duradero y congruente, puesto que en el periodo 1822 y 1867, los dos primeros de Iturbide y Maximiliano que se alzaron para tomar la hegemonía del país, en una república federal, central, o de dictadura no terminaban por asentarse o finalizar sus periodos. Esta misma inestabilidad provocaría que el papel del periodista se tornara hacia esta corriente política, en la que le tocaría variar entre las revelaciones de ideas republicanas, las actividades guerrilleras de los ejércitos de Oriente en torno a la estimulación de lucha y llamado al combate de las primeras brigadas de milicia mexicana, según (Rodríguez, 2011).

La imagen de flaqueza por la inestabilidad política de México propiciaba una imagen de flaqueza que llegaría a las potencias europeas que, en su búsqueda de ampliar sus colonias vería en México una oportunidad de toma de territorio y bienes materiales, la Intervención francesa sería una de las más relevantes para la historia nacional entre los años de 1861 a 1864,

justamente entre los periodos de la Guerra de Reforma y el Imperio de Maximiliano, en los periódicos de esa época resaltan el *Testamento del Gallo Pitagórico*: obra satírica, jocosa, crítica, burlesca y de carcajadas, escrita para escarmiento de pícaros y regocijo de honrados, una obra compilatoria e inspirada de las publicaciones de 1842-1844 de *El Gallo Pitagórico*, uno de los mayores ejemplares de la imprenta política satírica, *El Tío Nonilla* (1849), *La Pata de Cabra* (1855), *El Calendario Caricato* (1853-1856) son otros ejemplos de los diarios, jornales y periódicos que compartían la visión de la política como sátira en sus escrito o con caricaturas políticas, para la doctora de arte, Esther Acevedo Valdés (2000) se especula que para los inicios de la Intervención francesa el país ya contaba con un número cercano a treinta de estos periódicos, *La Pulga* y *El Títere*, *La Chinaca*, *La Orquesta* y *La Madre Celestina* son algunos de los más destacados.

La Intervención francesa llegaría a México en una confabulación entre la misma Francia y sus intenciones de crear una colonia francesa en territorio mexicano, y con el apoyo de conservadores mexicanos que radicaron en Europa y buscaban la manera de volverse a instaurar en el poder, nombres como José Gutierrés de Estrada , José de Hidalgo y Juan Almonte son algunos de los hombres que buscaban derrocar el gobierno de Juárez con ayuda extranjera y regresar a una monarquía Europea que sería más aceptable a una dominación estadounidense (Pani, 2001).

Con al entrada de las fuerzas europeas al país, la defensa mexicana es conformada tanto por las tropas nacionales así como también de algunos periodistas mexicanos que se unen a la causa tanto en sus publicaciones (Guillermo Prieto, Hilarión Frias, Ignacio Ramirez) y caricaturas políticas (Santiago Hernández, José M. de Zamacona, Jesús Alamilla) como directamente en confrontación física, Riva Palacio, los primos Casarin, entre otros (Huerta, 1868).

La caricatura política tendría un gran auge en estas instancias, pero tendría una dificultad latente en la población amplia a la que quería llegar, puesto que gran parte de la población mexicana era analfabeta y el coste de un periodico era algo que no todos podrían solventar. 1861 y 1864 se llenaría de periódicos como *Las Cosquillas*, *La Madre Celestina*, *El Palo de Ciego* y *El Monarca* eran algunos de los nombres más sonados, los cuales tenían publicaciones semanales o bisemanales, por lo que cabe resaltar que estás tenían una visión efímera y cambiante

dependiendo de lo que estuviese ocurriendo en dicho momento, el contexto era primordial para transferirlo a la litografía y plasmar la sátira de manera simbólica.

La imagen de los franceses en el imaginario colectivo mexicano se reformó y doblegó ante la figura militar mexicana en la batalla del 5 de mayo, la cual se reflejó en las caricaturas políticas enalteciendo a Juárez y compañía, los encargados de informar y dar esperanza al pueblo mexicano, serían varios como *El Siglo Diez*, *El Monitor Republicano* o *El Fuerte de Guadalupe*. Pero el panorama no sería del todo favorable para el periodismo mexicano menciona Rodríguez Baca, ya que después de dichos eventos, en la Ciudad de México cambiaría el escenario para todos aquellos que hacían publicaciones a favor de las tropas mexicanas.

El General en Jefe francés, Elías Forey, comenzó una persecución en contra de toda publicación que desestimaría los movimientos franceses, por lo que continuar con las publicaciones o caricaturas políticas ahora sería una práctica recriminada por los partidarios extranjeros, dificultando a la imprenta y delegando a una clandestinidad peligrosa, hasta la retirada de las tropas de Napoleón en 1867 con el triunfo definitivo de las fuerzas mexicanas, y permitiendo a los periodistas su vuelta al trabajo, tomando un rol de relevancia como puente entre todas las divisiones que se presentaron en esta época, el periodismo, la sátira y caricaturas políticas se dedicaron a informar, alentar y desde su trinchera llevar una lucha a la par de los soldados y generales en búsqueda de una reforma nacional.

1.5 El Porfiriato

Años de más orden llegaron al país tras los acontecimientos de las invasiones extranjeras, principalmente de Francia, con lo cual dicha estabilidad permitió que algunos diarios y alcanzarán periodos más longevos en el ámbito periodístico, *El Siglo Diez y nueve* que inició sus publicaciones en 1841 y continuaría hasta 1896, o *El Monitor Republicano* (1844-1896) serían dos de los máximos exponentes, que a pesar de clausuras, censuras y aperturas, lograron mantenerse a flote por más de 40 años, estos verían sus años más turbulentos en la primera etapa de Porfirio Díaz en el poder (Krauze, 1994).

Tras años de relativa paz, el general Porfirio Díaz buscaba la ideología de un gobierno firme, que no diera pie a cualquier tipo de revueltas en su contra, aunque tuviese que buscar esta paz por métodos forzosos y represión, en los que tendría a un sector de la prensa a su favor,

como lo fue en su momento el Diario Oficial de la Federación, que encubre actos que desestimaron la figura del presidente Díaz, como en el incidente de la sublevación del puerto de Veracruz en 1879.

Inició un revuelo en el ámbito político y social para el año 1879, puesto que sería el año de antesala al cambio de toma de protesta presidencial de 1880, en el que los diarios tomarían relevancia nuevamente, pues existía un fraccionamiento entre aquellos que validaba la postura del presidente Díaz ante su sucesor, quien en ese momento figuraba al nombre de Manuel Gonzalez, quien fuese combatiente en las guerras de Reforma por el lado conservador, y como liberal en la Intervención francesa como Díaz, el diario *La Libertad* sería uno de los partidarios de este movimiento. Por otro lado, el ya mencionado *El Monitor* ponía en duda la veracidad de la apertura de Díaz para la nueva toma de protesta, pues auguraba que el general rompería su dictamen de no reelección para mantenerse en el poder (Cano, 2011).

Las publicaciones contrarias a los deseos de Díaz era un problema latente que no permitiría en su firme gobierno que, en cuestión estaba por terminarse en 1880, por lo que debía tomar una medida que pudiese serle favorable pero a la vez entendible y justificado ante el juicio común, por lo que presentó ante el Congreso la reforma al artículo 7° de la actual Constitución, en el que se modificaría la manera de jurisdicción que tendría la prensa, al ya no contar con un jurado especializado en materia y pasar a un jurado convencional. De esta manera tendría mayor libertad al momento de actuar en contra legalmente de todo diario, publicación o periodismo que él considerase un delito contra el orden común, haciendo mucho más complicada la libertad de expresión y censurando a todo aquel que publicase en su contra.

Resaltando entonces la suma importancia del periodismo en un gobierno que se tornaría a una dictadura, tomar control indirecto de las publicaciones que llegan al lector común es fundamental para mantener a raya la opinión pública, dominando los medios de comunicación, se puede dominar con mayor control a la población, por ello es que el fin del primer periodo electo de Díaz y el inicio del nuevo sería de suma importancia hacerse con el poder de la imprenta, concretando en totalidad para el 19 de mayo de 1883. Para el año siguiente, las elecciones del 29 de junio al 13 de julio de 1884 coronaron a Díaz en su segundo periodo presidencial, y que, como auguraba *El Monitor* sería el inicio de la dictadura porfirista, postura a la que se sumaron otros diarios como *El Tiempo* o *La Voz de México* (Cano, 2011).

Como si en la época de la Intervención francesa y las persecuciones de Forey se trataran, el segundo régimen porfirista iniciaría una nueva “caza” a periodistas que se atrevieran a publicar notas con tonos más altos y que descalificaran las acciones de Díaz, como la reducción de sueldos de 1885 que serían repudiados por los diarios *La Patria*, *La Prensa*, *El Tiempo*, *El Nacional*, *El Estudiante*, etc, dio aprehensión a varios de los periodistas más influyentes de la época, Ricardo Ramírez, Gándara de Velasco, Enrique Chavarri, entre otros, la reforma al artículo 7° que se hizo con bastante antelación daba sus frutos.

Las medidas contra todo diario y periodico que no fuese a favor de Díaz se incrementaron y endurecieron para 1886, llegando a quitarles garantías individuales, en contraprotesta, se formó *La Campaña Electoral*, un nuevo periódico en los que los participantes de esta Junta exigían al poder Federal la revocación del “delito” de la libre expresión editorial, respeto a los contratos laborales, creando una directa oposición a El Partido Liberal, que seguía las ideologías del gobierno actual. Díaz y su gobierno terminaron persiguiendo y encarcelando a varios de los miembros de la Junta, disolviéndose junto a su periodico, sin oposición mediática, fue presentada la reforma constitucional que permitía nuevamente la reelección, opción que tomaría el presidente Díaz en 1888 y que continuó hasta los acontecimientos de 1910.

El periodismo durante la dictadura tenía un enfoque distinto en cuanto a lo que política se refiere, ya que estaban limitados a la hora de redactar y sólo podían basarse en interpretaciones de noticias, difusión de discusiones intelectuales, pero la imagen de Porfirio Díaz era totalmente intocable, en un hegemónico modelo para hacer periodismo, se alzaría un periódico que redefinió el término y el modo de publicar aún en una dictadura tan estricta como la porfirista, *El Imparcial* (García, 2006).

Se hace un hincapié en la historia y progresión de *El Imparcial* ya que en 1896 y de la mano de su director Rafael Reyes Spíndola, este diario centraba sus esfuerzos en ofrecer un tiraje que tuviese un gran alcance noticioso y rápido, poniendo a disposición de sus lectores la información más rápida posible, influenciado por el método estadounidense de la prensa ágil, tomando más relevancia el rol del reportero, que recabaría información de manera rápida para ser publicada lo antes posible para que la noticia tuviese un revuelo más impactante por la inmediatez. Sumado a que el coste del tiraje al público era de solamente un centavo, *El Imparcial* tomó de manera veloz una gran relevancia para los lectores y el periodismo general de la época.

Para 1897, tan sólo un año después de su primera publicación, ya contaba con más de 36 mil impresiones, superando ampliamente a sus mayores contendientes como *El Universal*, *El Globo*, *El Nacional*, o *La Voz de México* que no superan los 5 mil ejemplares. Spíndola llegaría a un estimado de más de 30 millones de impresiones para 1902 (Zepeda, 2011).

El método de Spíndola consistía además de en la inmediatez de la noticia, el bajo coste de sus tirajes para el público, era además aprovechar todos los recursos que tenía a su disposición, y para ello, en 1896 traería desde Estados Unidos una máquina rotativa de impresión, capaz de lograr hasta 12 mil ejemplares por hora, siendo un total parteaguas en lo que se refiere al periodismo e imprenta mexicana. se reformaría entonces también las maneras de trabajar con esta tecnología, pues para 1906 tendría una nueva imprenta capaz de generar hasta 100 mil ejemplares por hora, y aumentando el número de sus trabajadores a casi el séxtuple de los 58 que eran en un inicio.

El Imparcial también fue precursor de otro de los principales requisitos actuales que cualquier publicación periodística debería considerar, y es la rentabilidad, mientras que el periodismo mexicano anterior se centraba en difundir noticias, posturas políticas, opiniones, etc, y sobrevivir en el transcurso de sus publicaciones, *El Imparcial* apelaba además a un modelo de negocios que le permitiera obtener ganancias favorables, por lo que su gran auge y circulación entre la población le permitió cerrar acuerdos publicitarios con distintas agencias, llegando a ocupar hasta un 25% de su espacio en publicidad, abriendo paso a un periodismo más moderno, que buscaba un modelo empresarial y en el cual se redefinieron roles dependiendo de lo que la publicación necesitase, puestos más elaborados entre sus redactores, mano de obra y difusión, una imagen más acorde a como se convertiría la imprenta y el periodismo en épocas actuales más recientes (García, 2006).

1.6 La Revolución

Con la corriente porfirista de orden, paz y progreso, buscando la aristocracia europea y de la mano de los llamadas “científicos” que apoyaban su proyecto y el ingreso de capital extranjero, el periodismo pudo crecer en otros ámbitos que le dieron riqueza cultural en lo que a publicaciones se refiere, ya que en el escenario político la negación a cualquier tipo de oposición pública está prohibida, por lo que el disgusto colectivo a que un sólo partido y representante se

haya mantenido por tanto tiempo en el poder generaría revueltas en varias partes geográficas del país y en sectores sociales de la población en específico, como el campesino, obrero, y por supuesto, el periodista.

Tomando el modelo que se vió en el revolucionario *El Imparcial* que tenía un enfoque empresarial, donde se buscó apelar la atención de distintos focos del público, con artículos de opinión pública, educativos e instructores, de corte científico, así como para las artes como la literatura, el teatro, aunque la corriente principal del periodismo se centraría entonces en el apartado político en el tiempo de la posrevolución, a favor o en contra de alguno de los partidarios, pero siempre teniendo alta presencia en la política, y que de manera parecida pero en menor medida de todo el total del periodismo, ayudaría en el levantamiento en armas contra la dictadura y en la revocación del general Díaz tras prolongadas décadas en el mandato presidencial.

Tras la derrota y destierro de Porfirio Díaz, llegaron años que permitió una libertad total a cualquier tipo de oposición periodística, en la que surgieron nuevos periódicos que podrían poner en práctica publicaciones en contra o favor de uno u otro político sin el temor de ser recriminados, *Multicolor*, *La Tribuna*, *Tilín-Tilín*, *Actualidades* y *El Mañana*, son algunos de los nombres que sobresalen de estos primeros años. Emulando a lo que ocurrió en el periodo de la Intervención francesa, la caricatura política volvió a tener un auge y aparecieron los grandes caricaturistas que marcaban una nueva etapa en el uso de la imagen satírica para la crítica política mucho más elaborada que en los años anteriores (Matute, 1995).

Con la toma del poder de Francisco Madero, surgieron periódicos opositores que tenían influencias conservadoras del anterior gobierno, *El Tiempo* de Agüeros o *El País* de Sánchez Santos como ejemplo, por su parte Madero impulsó su campaña con *El Demócrata* en 1904, y que fue editado hasta 1908, así como *El Monitor Democrático* desde Texas, era entonces imperante el poder tener apoyo de los periódicos para construir una campaña política favorable en esta etapa post dictadura y que ayudará a cimentar un gobierno estable, pues el rol periodístico nuevamente tendría fluctuaciones en cuanto a longevidad dependiendo de la corriente política y de la figura del candidato que se encontrara en busca del poder, por la vía constitucional o por la toma en armas. Tras el asesinato de Madero por el golpe de estado de Victoriano Huerta, comenzó una nueva censura y cierre de algunos periodicos opositorios y otros

como *El País*, *La Prensa y Mañana*, o *Multicolor* que estaban en contra de Madero, apoyaron la toma de poder del nuevo gobierno. A partir de este punto y como relata Florence Toussaint (2011), cada figura revolucionaria buscó la manera de hacerse o crear un periodico para reforzar su movimiento, tanto Carranza con *El Constitucionalista* (1913), los periodistas que estaban con Francisco Villa en Chihuahua (*Vida Nueva*, 1913-1915) o zapatistas en Morelos con *El Sur* (1917).

Vemos entonces que la corriente sería la misma durante esos lapsos de tiempo, se levanta una figura política buscando un interés en concreto y se levanta o emerge un periodico que sea afín a estos, con la intención de hacer valer estos intereses y la necesidad de una agrupación en específica, el periodismo político seguiría los mismos patrones que han perseguido desde épocas más remotas por lo que no hubo un cambio tan significativo y que fueron efímeros correspondiente a su movimiento político particular, fueron pocos los periódicos que lograron sobrevivir a esta etapa revolucionaria y continúan la actualidad, como *El Universal* (1916) o *Excelsior* (1917), los cuales se adaptaron a lo que la población lectora y las figuras que publicaban necesitaran, el periodismo era un vivo reflejo de sus editores y las circunstancias sociales, políticas e históricas que estaban viviendo, casi en su totalidad dependientes a su propio contexto.

1.6.1 La Ley sobre Delitos de Imprenta

Durante el periodo de la Revolución, los medios periodísticos y de comunicación tuvieron un papel activo como testigos y participantes en el debate político. Los periódicos eran canales importantes para la difusión de las ideas revolucionarias, pero también se convirtieron en blanco de las autoridades. A pesar de la creciente diversidad de voces, las tensiones entre los sectores del poder y los periodistas se intensificaron, ya que el gobierno de Venustiano Carranza, quien asumió la presidencia en 1917, veía a los medios como un instrumento que podía poner en peligro el orden político recién establecido. Este panorama llevó a la promulgación de la Ley sobre Delitos de Imprenta el 12 de abril de 1917, en un contexto de tensión social y política (Palacios C. 2023)

La ley fue una reacción directa a los conflictos que se vivían en el país, en donde las críticas a las autoridades eran frecuentes y, a menudo, se consideraban peligrosas para el gobierno. Carranza, buscando consolidar su poder y proteger la estabilidad política, optó por establecer un marco legal que regulara las publicaciones y sancionará aquellas que consideraran subversivas. La ley, de esta manera, restringía la libertad de prensa bajo el argumento de proteger el orden público, la moral y la paz social. Sin embargo, sus disposiciones ambiguas permitían que se interpretara de manera arbitraria, lo que generó un espacio para la represión de quienes criticaban al gobierno.

Durante los primeros años de su vigencia, la ley se utilizó para perseguir a los periodistas y medios que cuestionaban al gobierno. Su aplicación, en lugar de proteger valores democráticos, fue utilizada como una herramienta de control. Los periodistas que se oponían a las decisiones de Carranza y su gabinete se vieron frecuentemente sometidos a acciones punitivas, como multas, arrestos o incluso el cierre de sus medios de comunicación. En este contexto, la ley de imprenta no sólo afectaba la libertad de prensa, sino que también era un instrumento de censura que impedía la libre circulación de ideas y opiniones.

Con el paso de las décadas, la Ley sobre Delitos de Imprenta fue consolidándose como un pilar del control político en México. Aunque durante los años siguientes hubo intentos de reforma o flexibilización de la ley, su esencia represiva se mantuvo.

A lo largo de su vigencia, la ley fue vista por muchos como una forma de autocensura forzada, ya que los periodistas y medios, temerosos de represalias, se ajustaron a los lineamientos del gobierno. Aunque la prensa independiente tuvo ciertos avances durante la transición a la democracia en la década de 1990, la ley continuó siendo un obstáculo para una libertad plena de expresión. Los ataques a periodistas, la violencia contra los comunicadores y la presión gubernamental continuaron siendo problemas persistentes, a pesar de los avances legales en otros frentes.

Sin embargo, el contexto cambió con el paso de los años. Tras más de un siglo de vigencia, y en medio de un clima político y social que demandaba un reconocimiento más profundo de los derechos humanos, el Senado de la República aprobó, en marzo de 2023, la abrogación de esta ley. Esta decisión fue respaldada por un consenso generalizado, que reconoció que la ley no solo se había vuelto obsoleta, sino que también mantenía en vigor una serie de

delitos que contravenían la libertad de expresión, uno de los pilares fundamentales de la democracia moderna. Como señaló la presidenta de la Comisión de Justicia, Olga Sánchez Cordero, durante el debate legislativo, la ley ya no era compatible con el marco normativo actual ni con los derechos consagrados en la Constitución mexicana, así como en los tratados internacionales firmados por el Estado mexicano (Becerril & Saldierna, 2023).

Este paso fue celebrado por diversas organizaciones y autoridades, como la Subsecretaría de Derechos Humanos, que subrayó que la derogación de la ley representaba un avance crucial en la protección de la libertad de expresión, alineándose con los estándares internacionales de derechos humanos (Hernández Osorio, 2023).

1.7 Siglo XXI

Este periodo se caracteriza por la existencia de transformaciones impulsadas por el avance de la tecnología, la expansión de internet, nuevos formatos digitales, una mayor apertura informativa, el cambio de hábitos de consumir información y por una creciente violencia contra los periodistas.

A comienzos del año 2000, la conexión a un servidor que interconecta por la red a los ordenadores, ya era una herramienta que comenzaba a ser utilizado con una mayor frecuencia en los hogares, los periódicos ante esta necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos comenzaron a crear versiones en línea de sus publicaciones para atraer un público más amplio, algunos de ellos fueron; *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*. En el capítulo 8, llamado “*Periodismo Digital*” del libro *Periodismo Económico en Colombia*, Carlos Alberto Maestre Maya (2023), afirma que, hasta hace pocos años, la información distribuida por Internet se consideraba competencia de los medios de prensa tradicionales. Hoy es distinto. Los medios tradicionales y el ciberperiodismo se van integrando cada vez más. A finales de la segunda década del siglo XXI, lo más sofisticado en el periodismo digital es el denominado “transmediático”, que consiste en el uso de diferentes recursos mediáticos para crear, mediante interfases, elementos narrativos complementarios entre sí y abrir la posibilidad de interactividad entre el periodista y el consumidor. También aclarar que, el cambio que se está experimentando no es una simple incorporación de las innovaciones tecnológicas, sino una reconfiguración de la actividad periodística (Maestre, 2023).

Para Nemesio Rodriguez (2021), el periodismo actualmente no se encuentra en un buen contexto debido a una crisis económica de los medios, acuciados por el desplome de la difusión y de la publicidad y la búsqueda de un modelo de negocio rentable. El viejo sistema mediático se tambalea y el nuevo busca su lugar en un mundo en el que la prensa ha perdido el control del acceso a la información, que ahora tiene que compartir con las redes sociales y otras plataformas, convertidas en los últimos años en la única vía de recepción de noticias. A diferencia de los medios periodísticos, estas nuevas vías de comunicación no están sujetas a códigos deontológicos y éticos, no responden a ninguna regla que exija veracidad, cultivan el impacto y el tráfico constante e inmediato atrayendo a miles de internautas al instante, son puertas abiertas por las que se cuela y se comparte tanto la información veraz como la falsa.

El surgimiento de los blogs a principios del siglo XXI marcó otro hito importante de esta era. Los blogs ofrecieron a los usuarios nuevas formas de expresarse sin las limitaciones de los medios tradicionales. El nacimiento de los blogs y la llegada de las redes sociales, como *Facebook* (2004) y *Twitter* (2006), comenzaron a democratizar la información. Surgieron periodistas y ciudadanos que, sin pertenecer a grandes redacciones, comenzaron a difundir noticias y opiniones. Esta etapa sentó las bases para el llamado “periodismo ciudadano”, donde cualquier persona podía ser testigo y difusor de los hechos, este concepto tomó fuerza gracias a cada usuario que portara un teléfono móvil con acceso a internet. La libertad de expresión y el acceso a la información fueron motivaciones en esa revolución que permitió el periodismo ciudadano y la autoedición. (Vargas, 2022)

En internet se ha fomentado la conformación de comunidades virtuales en el uso de plataformas digitales, en la relación humana con las tecnologías de comunicación e información (TIC). La diversidad de fuentes en línea puede ser tanto una ventaja como un reto para los periodistas, que deben lidiar con la tarea de verificar las fuentes y evitar la propagación de noticias falsas. Sin embargo, la expansión de internet y los nuevos medios trajo consigo el declive de los periódicos impresos. A medida que los lectores se mudaban a las plataformas digitales, los ingresos por publicidad en los medios tradicionales cayeron significativamente, ya que los anuncios en línea eran más económicos y alcanzaban a una audiencia global. Esto condujo a recortes de personal en las redacciones y, en muchos casos, a una disminución en la calidad y cantidad de los reportajes de investigación, esta crisis económica de los medios fue el

resultado de la irrupción de nuevos modelos de negocio y la incapacidad de los medios tradicionales de adaptarse a la rapidez del entorno digital.

No obstante, México se convirtió en uno de los países más peligrosos del mundo para ejercer el periodismo, especialmente en regiones dominadas por el narcotráfico y la corrupción. De 2000 a la fecha, en la página oficial de ARTICLE 19 (2024) se han documentado 168 asesinatos de periodistas en México. De estos, 1 se ha registrado en el gobierno de Claudia Sheinbaum, 47 en el de Andrés Manuel López Obrador y 47 en el de Enrique Peña Nieto.

A su vez, con la llegada de la pandemia de COVID-19 en 2020, el periodismo en México vivió un proceso de transformación acelerado y los medios tradicionales tuvieron que adaptarse rápidamente a nuevas plataformas y formatos, como los podcasts, los videos en *TikTok* y los contenidos interactivos. Para Nemesio Rodriguez (2021), la pandemia ha sido utilizada como la gran excusa de las administraciones para limitar el trabajo de los periodistas y de los fotorreporteros, impidiendo el acceso a los lugares de interés informativo o convirtiendo las ruedas de prensa en simulacros en los que las preguntas eran seleccionadas previamente por un funcionario público.

Además, el auge de la inteligencia artificial desde 2023 ha empezado a cambiar la manera en que se produce y consume información. Herramientas como *ChatGPT* permiten redactar noticias y contenidos automatizados, lo que ha abierto un debate sobre los límites éticos de la IA en el periodismo. En 2023 sistemas de IA generativa como *ChatGPT* (de *OpenIA*), *Bard* (de *Google*) o la nueva versión del buscador *Bing* (de *Microsoft*) se presentaron al público, generando preguntas y desafíos para los periodistas y medios. Entre las oportunidades que presentan, se destacan la rapidez y naturalidad con que logra generar textos en tiempo casi real. Entre los desafíos, la opacidad de sus fuentes, la incapacidad propia de contrastar datos con fuentes externas en tiempo real, las respuestas erróneas y la copia de fragmentos de textos plagiados (Zuazo, 2023) .

También señala que, la incorporación de IA a las redacciones va desde los correctores gramaticales automatizados que facilitaron (y hasta en algunos casos reemplazaron) el oficio del corrector en las redacciones hasta la incorporación del uso de big data para analizar el impacto de los contenidos en las audiencias o abrir nuevas oportunidades en el periodismo de investigación (Zuazo 2023).

El futuro del periodismo en México dependerá de su capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos sin perder su esencia: informar con veracidad, ética y compromiso social. Se explica que la IA no es una sustitución, sino que complementa el periodismo tradicional. Es más, el profesionalismo y expertise del periodista formado y especializado son cada vez más necesarios. Separar la información fiable de la inexacta es una labor de suma importancia que lo distingue del amateur (Fernandez, 2013).

1.8 El periodismo en relación a los avances tecnológicos

El periodismo se encuentra en una etapa de redefinición, esto a causa del avance de la tecnología y su implementación a los medios de comunicación que brinda una amplia gama de herramientas que facilitan e incluso automatizan muchos de los pasos del proceso periodístico, tales cualidades son las que han generado un cambio significativo en el ambiente laboral por el que se maneja el periodista, forzándolo a adaptarse a estas nuevas labores que en el pasado no eran propias de un periodista, pero en la actualidad son imprescindibles (Arana, 2017).

La innovación tecnológica ha logrado que en la actualidad toda la población con acceso a internet tenga una audiencia, lo que conlleva que todos son capaces de llevar a cabo la labor del periodista que es transmitir información, independientemente de que esta sea verdadera o no. Ante esta situación donde la información tanto auténtica como falsa están en constante tránsito, los periodistas deben de adaptarse a este nuevo entorno en busca de nichos en donde puedan ejercer su oficio, lo que ha llevado a un cambio significativo en los deberes y habilidades con las que un periodista debe contar hoy en día.

El periodista de la actualidad debe tener: Un buen dominio en otros idiomas, una buena ortografía, dominar la redacción periodística (independientemente del género periodístico), saber editar textos, hacer que las noticias sean atractivas al público, facilidad para generar conexiones interpersonales, saber diferenciar entre la información y una opinión, conocer y aplicar los derechos de autor en su quehacer diario, entre varias otras cualidades de las cuales el periodista debe mantener en constante actualización (Arana, 2017).

Y aunque pareciera que el rol del periodista ha ido perdiendo importancia respecto a los avances tecnológicos, esto es erróneo; en este ambiente de cambio donde todos tienen una audiencia y todo el conocimiento de la humanidad está al alcance de cada uno, es importante

saber diferenciar entre la información veraz y de interés al público, ahí es donde se encuentra un importante nicho donde los periodistas de la actualidad pueden desarrollarse fungiendo como gestores del conocimiento, analistas, intérpretes y también emisores del constante flujo de información que transita a diario por internet y en las calles. Ante un panorama con una corriente de información tan extensa, sumado al papel cada vez más activo del público en los medios de difusión, tienen como consecuencia que los lectores que buscan estar informados sean más exigentes con el contenido que consumen, es ahí donde el periodista se distingue de los demás difusores, pues es su labor distribuir información de calidad, esto refiriéndose a aspectos como: la veracidad, redacción e interés generado hacia el público objetivo. Orillando al periodista a especializarse en secciones específicas con el fin de realizar publicaciones que cumplan con las expectativas de los lectores (Rojo, 2003).

1.9. Integración de la IA en el Periodismo (2015-2024)

La inteligencia artificial (IA) ha transformado profundamente el periodismo en los últimos años, redefiniendo la manera en que se producen, distribuyen y consumen las noticias. Desde las primeras implementaciones en redacciones hasta el impacto ético y profesional que plantea su uso, este capítulo aborda las diversas dimensiones de la integración de la IA en el periodismo entre 2015 y 2024.

1.9.1 ¿Qué es la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial (IA) es una de las ramas de investigación de las ciencias informáticas enfocada principalmente en el desarrollo de sistemas con la capacidad de ejecutar y dar apoyo en tareas en las cuales generalmente se necesita inteligencia humana. Reconocer patrones, el uso de la lógica, comprensión del lenguaje natural o la percepción visual, son solo algunas de las cualidades que se buscan desarrollar en la IA, teniendo estos significativos avances a lo largo de su historia. Estas funcionan gracias a la gran exposición a datos a las que son sometidas con la finalidad de aumentar sus conocimientos, dicho proceso suele requerir en gran medida de algoritmos que guían e influyen el flujo de aprendizaje y toma de decisiones de la computadora (Gutiérrez & Gutiérrez, 2020).

1.9.2 Antecedentes de la IA

Los primeros pasos de la inteligencia artificial se dan por las reconocidas aportaciones del matemático Alan Turing, como lo es la prueba de Turing, cuya finalidad es la de medir la inteligencia de las máquinas y su capacidad de emular los patrones de comportamiento humano, que se ha utilizado como estándar desde su nacimiento en 1950, hasta la actualidad (National Geographic, 2020).

A partir de los años sesenta, teniendo la prueba de Turing como base dieron luz verde a una notable cantidad de investigaciones que pudieron ser pasadas de la teoría a la práctica, algunos ejemplos de esto fueron la fundación del laboratorio de inteligencia artificial en Stanford en 1963 que llevaría al desarrollo de sistemas expertos con grandes resultados conocidos como DENDRAL y MYCIN en 1969.

En la década de los setenta se vería un estancamiento en el crecimiento de las inteligencias artificiales, debido a esto los laboratorios de investigación de la IA sufrirían importantes recortes a su presupuesto.

El frustrante panorama en el campo de la inteligencia artificial cambiaría en los ochentas y noventas con el surgimiento de sistemas de aprendizaje automático, y el desarrollo de nuevos sistemas expertos que para entonces ya habían alcanzado resultados notables, potenciando nuevamente el desarrollo de la inteligencia artificial en busca de avances e innovaciones, donde conseguirían avances y logros significativos, como *Deep Blue*, la primera computadora en derrotar en una partida de ajedrez a un campeón mundial vigente, Gary Kasparov en 1996.

Es a partir de los años 2000 que la IA tendría un gran impulso en sus avances, una revolución tecnológica que abarcaría diversos campos de la tecnología, como la automotriz, la militar, o de la comunicación.

Este gran impulso desencadenaría en una revolución tecnológica que continúa hasta el día de hoy, abarcando casi cualquier área de conocimiento presente hoy en día, siendo que las ciencias de la comunicación, medios y tecnologías de difusión no son la excepción, como podremos analizar más adelante.

1.9.3 Historia del periodismo automatizado

A partir de 2015, el “periodismo automatizado”, término que se define como aquel periodismo que “utiliza algoritmos o *software* de IA para convertir datos en textos periodísticos con poca o ninguna intervención humana, a excepción de la programación inicial del algoritmo” (Carlson, 2015: 414); dio un gran salto gracias a la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático. Estas herramientas permitieron la creación de contenido informativo con mayor rapidez, eficiencia y precisión. La automatización de contenidos comenzó a destacar en áreas como en deportes y finanzas, donde los datos son abundantes y las historias son repetitivas.

Por ejemplo, en marzo del 2015, el periódico *Le Monde* exploró el uso de la inteligencia artificial para cubrir las elecciones departamentales. Este medio destacó cómo la tecnología permite generar contenido periodístico de manera rápida y eficiente. El uso de estos robots, fue dado a que: “no tenían capacidad para producir 30.000 artículos sobre 30.000 comunidades en una noche.” (Le Monde, 2015).

Asimismo, en octubre del mismo año, la empresa *Narrative Science* se consolidó como líder en la generación automatizada de narrativas gracias a su plataforma *Quill*, que es capaz de analizar datos provenientes de diversas fuentes, comprender lo relevante para los usuarios finales y transformarlo en narrativas escritas de manera clara y precisa, ofreciendo una solución escalable para audiencias comerciales y de consumo. Lo que permitió a los medios de comunicación producir contenido sin intervención humana directa.

Más adelante, en agosto de 2016, *The Washington Post* experimentó con la automatización narrativa mediante su herramienta *Heliograf*, un robot diseñado para cubrir los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, que generaba actualizaciones antes, durante y después de los eventos, publicándose en tiempo real a través de plataformas como *Twitter*, lo cual permitió un seguimiento constante y actualizaciones oportunas (WashPostPR, 2016); además, para agosto de 2017, *Heliograf* había generado más de 850 artículos, demostrando cómo la inteligencia artificial podría acelerar la producción de noticias rápidas y abrir nuevas oportunidades en el ámbito periodístico.

De igual manera en 2017, el periodismo veía con más normalidad el uso de la Inteligencia artificial en la generación de publicaciones, redacciones en diferentes ámbitos de los medios de comunicación. En el medio del deporte se continuó utilizando para dar seguimiento en vivo del deporte más visto del planeta, el fútbol. Y lo sería con la liga más seguida del mundo como lo es la *Premier League* de Inglaterra. La primera división inglesa tuvo participación de la IA no directamente con británico, sino con una agencia surcoreana llamada *Yohap*, la cual presentó a quien sería pionera en el uso y generación de contenidos independientes de IA con el deporte, la llamada “*SoccerBot*” realizaba post en vivo de los partidos de la *Premier League* en vivo y en directo, sin la necesidad de que un humano interviniera. Siendo todo un hito en esta industria creciente.

Para el año siguiente, 2018, la redacción de contenido básico que hasta el momento generaba la IA llega a una nueva adaptación, puesto que lo que diferencia a una inteligencia artificial del ser humano es la capacidad de crear a partir de la imaginación y adecuación, caracteres que la IA todavía no es capaz de generar en este año pero comienzan los indicios de esta práctica, pues *Forbes* se pone a la vanguardia y “*Bertie*”, su inteligencia artificial es utilizada en la nueva plataforma de *Forbes*, apoyando directamente a sus colaboradores en la creación del contenido con mejoras de calidad de vida al momento de la redacción y sugiriendo elementos visuales para un mejor manejo y presentación de las noticias y temas en tendencia.

Por otro lado y en el mismo 2018, *Reuters* hace lo propio utilizando a sus herramientas *News Tracer* y *Lynx Insight* para facilitar y mejorar su contenido de noticias, la primera para identificar noticias relevantes y recientes gracias a la interacción de los usuarios en redes sociales, generando una inmediatez que es esencial para cualquier medio de noticias, y por otro lado, *Lynx Insight* ayuda con la administración, validación de datos muy grandes para sugerir noticias relacionadas que puedan ser de interés, atendiendo dos de los valores más importantes para cualquier medio de comunicación, la eficacia en rapidez y los temas de interés para un público concreto.

Ya para el año del 2021 surge *Cyborg*, una herramienta de IA de *Bloomberg* para el periodismo financiero que automatiza el análisis de informes de ganancias. Esta tecnología extrae datos relevantes y genera contenido rápidamente, mejorando la eficiencia y precisión en la redacción de noticias; *Cyborg* permite procesar grandes volúmenes de datos y crear resúmenes

concisos, mientras que los periodistas humanos añaden contexto y análisis para un reporte completo. Es decir que *Bloomberg Cyborg*, demuestra cómo la automatización permite a los periodistas enfocarse solo en el análisis contextual.

Otro medio que destaca junto con *Bloomberg*, *Forbes* y *Reuters*, es la Radio Televisión Española (RTVE) en el año de 2023, tiene como objetivo cubrir las elecciones de 2023 en los municipios que forman parte de la llamada España vacía. Un proyecto que contempla la escritura automática de noticias a partir de una herramienta tecnológica que interprete y transforme los resultados electorales en noticias sin la intervención humana.

Mientras tanto surgió un acuerdo de dos años entre *The Associated Press* (AP) y *OpenAI* para compartir contenido y tecnología con el objetivo de mejorar el periodismo mediante la Inteligencia Artificial. *OpenAI* obtendrá licencias de partes de los archivos de texto de AP para entrenar su IA, y AP recibirá acceso a la tecnología y experiencia de *OpenAI*. Este acuerdo busca impulsar las capacidades de la IA y proteger los derechos de propiedad intelectual.

Capítulo 2: Evaluación de la calidad informativa

La calidad de una noticia implica una serie de características esenciales que aseguran la integridad y confiabilidad del periodismo. Según el documento "Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México" elaborado por la Universidad Iberoamericana Biblioteca Francisco Xavier Clavigero y presentado por los fundadores de la Red Periodismo de Calidad, durante el segundo Encuentro por un Periodismo de Calidad en Guadalajara en mayo de 2006, se establecen ocho principios fundamentales. Estos principios buscan guiar la práctica periodística hacia estándares más altos de profesionalismo y responsabilidad. Entre los principios más destacados, se encuentran:

1) Transparencia en los procesos de construcción y procesamiento de la información; 2) Verificación y contextualización de los datos e información, donde se propone, informar acerca de la verdad, a partir del recuento preciso y confiable de los acontecimientos. Ya que, el patrimonio más valioso del periodista es su credibilidad. Dar cuenta de los hechos con rigor y precisión es el cimiento desde donde se empieza a tejer la historia que se desea transmitir y que los ciudadanos demandan. Así como, verificar que da sentido a las cosas. La verificación y la contextualización de los contenidos periodísticos son los métodos y técnicas por excelencia que se deben utilizar para dar con la verdad que se quiere transmitir. La esencia del ejercicio periodístico de calidad es la disciplina de la verificación; 3) Investigación periodística; 4) Derechos y obligaciones en la relación entre los periodistas y sus directivos; 5) Códigos de ética; 6) Mecanismos de contrapeso a los medios: derecho de réplica, defensor del lector, veedurías ciudadanas, observatorios civiles; 7) Comercialización y publicidad oficial; 8) Derecho y acceso a la información.

Cada principio incluye, además de su enunciado, una breve descripción del estado actual de su cumplimiento, así como las sugerencias planteadas por los participantes del Encuentro por un Periodismo de Calidad. Estas recomendaciones han sido tomadas como referencia para la formulación de la propuesta de indicadores de calidad periodística en México. (2006:36-37)

A su vez Bill Kovash y Tom Rosensteil en su libro Elementos del periodismo enfatizan que:

Los periodistas eran culpables, a su manera, por el creciente descontento y la migración del público. Pusieron demasiada fe en la definición tradicional de las “noticias de calidad” y no

estudiaron a la cambiante audiencia. Vieron internet como una amenaza contra lo que sabían, y fallaron al no reconocerlo como una oportunidad para llegar a públicos nuevos, con formas y contenidos nuevos. (2022)

Es por esta razón que Bill y Tom (2022) proponen diez principios que para ellos han ayudado a los periodistas y a las personas aun cuando el periodismo haya cambiado con la tecnología y las nuevas demandas sociales. 1) La primera obligación del periodismo es con la verdad; 2) Su primera lealtad es con los ciudadanos.; 3) Su esencia es ser la disciplina de verificación; 4) Quienes lo practican deben mantener su independencia respecto de aquello a quienes cubren; 5) El periodismo debe servir como vigilante del poder; 6) Debe brindar un foro para la crítica pública y el compromiso ;7) Debe esforzarse por hacer interesante y relevante aquello que es significativo;8)debe presentar noticias de manera exhaustiva y proporcionada; 9) Sus practicantes tienen la obligación de ejercer su conciencia personal; 10) Los ciudadanos también tienen derechos y responsabilidades cuando se trata de las noticias, más aun cuando ellos mismo se vuelven productores y editores.

En esta misma línea la profesora e investigadora del Departamento de Comunicación en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México , Mireya Marquez Ramirez, en su capítulo, Volver a las bases: los proyectos de verificación de datos en México como reparación del paradigma periodístico, publicado en el libro colectivo Reparación del paradigma: Fact-checking en México (2025), retoma el concepto de “reparación de paradigma” de Thomas Kuhn, de esta misma manera plantea que ciertos proyectos de verificación de datos en México, como El Sabueso y Verificado.mx, funcionan como mecanismos de defensa y reconstrucción del periodismo profesional, frente a la crisis de credibilidad, las malas prácticas y la desinformación. En palabras de Marquez: “Se argumenta que, en alguna medida, ambos proyectos han emergido con la misión última de reparar y, más precisamente, reclamar para sí el paradigma periodístico ante las falencias de los medios convencionales en materia de investigación, servicio a los ciudadanos, el rol vigilante del periodismo y la verificación como búsqueda de la verdad” (2025:180).

La calidad y la ética en el medio periodístico también fue respaldada por trabajadores del medio activos en México, entrevistados en el 2025. Agustin Velasco con trayectoria en medios locales y nacionales, enfocado en la cobertura de temas sociales y políticos y actual reportero en

UnoTv. Defiende el uso de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo, sin sustituir el trabajo humano: "La inteligencia artificial no puede sustituir, ni tampoco debemos seguir permitiendo que lo haga. Al igual que en su momento la televisión no acabó con la radio ni con la prensa escrita, hoy estas tecnologías deben complementarse." (entrevista, 2025)

Por su parte, Agustín Olais, corresponsal de El Rojo Vivo y corresponsal de noticias Telemundo, subrayó cómo las herramientas tecnológicas han mejorado la eficiencia del trabajo periodístico sin desplazar la necesidad del criterio humano: "No significa que no lo puedes hacer, tú puedes usar esto y perfectamente tomar notas, lo aprendimos a hacer con palabras clave, no todas las oraciones, y desarrollar una nota tomando tu libreta y tu papel. Pero yo te digo, prefiero ahorita el celular o grabar la conversación porque me facilita todo." (entrevista, 2025)

La periodista Issa Osorio, corresponsal principal de Telemundo, también insistió en que ninguna máquina podrá jamás sustituir el elemento humano en la transmisión de emociones y relatos: "La forma de transmitir nunca va a ser el factor humano. Lo que hacemos nosotros es contar historias humanas, transmitir la indignación, el coraje, el dolor." (entrevista personal, 2025)

Asimismo, Carlos Santiago, fotoperiodista independiente especializado en la documentación de movimientos sociales. Resalta la importancia del vínculo humano en la labor periodística y advierte que la IA difícilmente podrá replicar ese nivel de conexión, defendió que la ética y la conexión humana son insustituibles: "Llegar y conectar con las personas para que te dejen hacer esa foto. Es crear un vínculo de confianza, de cercanía con las personas para que puedas realizar tu trabajo. Y una IA no va a poder suplantar ese el vínculo humano a humano, es muy difícil que lo llegue a hacer" (entrevista, 2025). Además agregó que, alterar la realidad no es ético y que además: La IA puede hacer algo que te reemplace, sí, pero no vas a estar capturando la realidad. (entrevista, 2025)

Desde el punto de vista del periodista Carlos Pozos, él considera que: "la inteligencia artificial creada por el ser humano podrá ser ese mecanismo para ayudarnos, pero finalmente los seres humanos somos quienes vamos a dictar finalmente qué va hacer la inteligencia artificial y cómo se irá desarrollando" (entrevista personal, 2025)

En el caso de el actual Coordinador Nacional de Opinión de la Organización Editorial Mexicana, Alejandro Jiménez, expresó su opinión sobre el lugar que deben ocupar las

tecnologías emergentes: “Algo de lo que se está mencionando mucho aquí en en la OEM, es de que siempre ante el trabajo con la inteligencia artificial, el último toque tiene que ser humano. Tiene que haber un humano al final del flujo de trabajo, o sea, no es dejar que la máquina lo haga sola como robot, alguien tiene que supervisar, alguien tiene que ver” (entrevista personal, 2025).

En este sentido, cualquier trabajo realizado por la IA, tiene que pasar por la verificación de un humano, como Alejandro Jimenez mencionó, el último toque tiene que ser humano, agregando que: “Nos va a ayudar, vamos a generar más notas, más notas más precisas en menos cantidad de tiempo. Vamos a tener que ser muy hábiles para que el factor humano siga persistiendo” (entrevista, 2025).

Las similitudes radican en que ambos principios resaltan la importancia de contar con información precisa, rigurosa y confiable, sustentada en métodos de verificación como eje central del ejercicio periodístico. Asimismo, hacen énfasis en la responsabilidad ética y moral que los periodistas deben asumir en el desempeño de su labor.

2.1 Definición de calidad en el periodismo

La calidad periodística es un aspecto complejo como lo explica la directora del Grupo de Investigación en Periodismo (GIP), Liliana Gutiérrez Coba, en su libro titulado *Calidad informativa en la era digital: el gran reto*, dice que, la calidad de la información no depende tan sólo del periodista. Las empresas periodísticas tienen mucho que ver en ella, pues sus políticas editoriales y sus decisiones empresariales afectan directamente el producto informativo. Además, indica que, un determinado conjunto de variables influye directamente sobre el producto informativo. En primer lugar, tenemos las variables relacionadas con el periodista, como su formación, sus condiciones laborales, los recursos con que cuenta para realizar bien su trabajo y las rutinas que sigue para buscar la información y publicarla. En segundo lugar, están los aspectos relativos a la estructura de la empresa informativa, las políticas y la visión de la organización, que afectan la actuación de los periodistas y los contenidos que se publican. Un tercer aspecto tiene que ver con la legislación del país en materia de medios de comunicación, y las presiones y cortapisas a la libertad de prensa que se imponen desde distintos frentes, como la economía, la política y los grupos al margen de la ley. (2013: 669)

En este contexto, Liliana Gutiérrez, habla sobre cómo las tecnologías han transformado significativamente las rutinas periodísticas. El ejercicio periodístico en el plano digital adquiere características propias en cuanto a las estructuras narrativas, la actualización de la información, el manejo de fuentes y la modificación de rol de los profesionales de la información en un entorno hiper comunicativo. Antes el periodista se desplazaba al lugar de los hechos para recabar información, en la actualidad consulta redes sociales y bases de datos para enterarse de lo que acontece a su alrededor. Sin embargo, el periodismo de escritorio no es el modelo para seguir. Nada como la consulta directa de las fuentes, nada como estar in situ para observar lo que ocurre, hablar con testigos, narrar, relatar de manera vívida. Una combinación de tecnología con reportería es realmente el ideal. (2013:668-669)

Sin embargo, para Javier Darío Restrepo destaca que un buen periodismo es imposible sin ética. Según Restrepo antes de tener calidad como periodista se necesita ser bueno como persona. El periodista tiene como principal compromiso, la búsqueda de la verdad, y afirma que: La elevación del nivel de calidad de la producción periodística depende de su componente ético como de lo técnico, razón por la que el provocador titular resulta cierto: la ética vende. Ella es la gran inspiradora de la buena calidad periodística. (1999:42)

De la misma forma en la entrevista con Issa Osorio, mencionó que: “ Esto es una labor social que la inteligencia artificial nunca va a entender. No es solo comunicar, lo que pasa, es transmitir lo que la gente siente.”(entrevista,2025) . Así mismo la reportera se basa en la frase de Ryszard Kapuscinski que dice: “Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias” (Kapuscinski.R, 2002: 38).

En pocas palabras, la esencia ética del periodismo es la búsqueda de la verdad para el servicio de los otros, con independencia y responsabilidad social. (Restrepo,1999:43).

La independencia es un factor indispensable para el cultivo de la credibilidad, esta implica no solo mantener distancia respecto al poder de cualquier índole, si no también respecto a nuestras concepciones políticas e ideológicas. (Franco.D.2021:20)

Ahora bien, Darwin Franco Migue en su libro Periodismo y derechos humanos. Guía didáctica para la formación de periodistas, complementa estas ideas de Restrepo añadiendo que:

para un periodista, la credibilidad es un valor que se construye decisión tras decisión. Es algo que no podemos escatimar, ya que no es posible ser creíbles para unos temas y otros no. Debemos serlo para todos los temas y momentos que ejercemos el periodismo, el cual implica nuestro trabajo realizado dentro de cualquier medio de comunicación, pero también lo que públicamente expresamos en nuestras redes socio-digitales, como *Facebook*, *Twitter* o *Instagram*. (2021:21)

Darwin Franco añade que para mantener la credibilidad periodística es fundamental integrar dos valores adicionales: la rigurosidad y la exactitud.

El rigor nos mantiene alertas ante posibles malas interpretaciones, pero también en caso de que estas interpretaciones posean más de nuestro pensar y sentir que del hecho social al que se hace referencia. Somos rigurosos cuando verificamos cada dato de nuestro trabajo, pero también cada una de nuestras expresiones. Al tener rigurosidad, la exactitud se hace presente ya que no solo nos permite responder a las seis máximas del periodismo: que, quien, como, donde, cuando y por qué, si no que posibilita que todo el trabajo pueda ser verificada por los lectores (2021:21)

La calidad periodística no está peleada con la tecnología al contrario como lo dice Liliana Gutiérrez, la integración de redacciones en distintas modalidades, son procesos a los que ninguna empresa periodística podrá rehusarse si quiere sobrevivir, si siguen ancladas al pasado pensando en dar prioridad al formato tradicional sin dar suficientes recursos al digital, seguramente estarán sacrificando la calidad de la información y llevando al medio a su funeral en poco tiempo.(2013)

La calidad de la información se aborda desde dos enfoques: los valores fundamentales del periodismo tradicional, que enfatiza la veracidad, la objetividad y la ética profesional, y las características inherentes a la tecnología, como la interactividad, la multimedialidad, la hipertextualidad, así como la constante actualización. Estos elementos tecnológicos no solo transforman la forma en que se distribuye la información, sino que también influyen en cómo se produce, se consume y se comparte, lo que genera nuevas dinámicas en la relación entre los periodistas y su audiencia. La integración de estos aspectos digitales con los principios clásicos del periodismo requiere un equilibrio entre la rapidez en la publicación y el mantenimiento de los estándares de calidad y responsabilidad informativa.

2.2 Indicadores cualitativos de la calidad informativa (Eficacia, Efectividad y Eficiencia)

Para evaluar la calidad del periodismo desde una perspectiva cualitativa, es útil aplicar la teoría de las tres E propuesta por Peter F. Drucker en su libro *El ejecutivo eficaz* (1967). Aunque originalmente está pensada para el ámbito empresarial, esta teoría también puede adaptarse al análisis de medios periodísticos, ya que permite valorar el trabajo informativo en función de tres aspectos clave: eficacia, eficiencia y efectividad.

Drucker plantea que un trabajo verdaderamente efectivo debe comenzar por hacer lo correcto, es decir, enfocarse en lo que realmente importa. A esto se le llama eficacia. En el periodismo, la eficacia se refleja cuando una nota informativa cumple su propósito comunicativo: informar de forma clara, comprensible y relevante para su audiencia. Como señala el autor, “la eficacia no consiste en hacer las cosas correctamente, sino en hacer las cosas correctas” (Drucker, 1967: 45). Algunos indicadores para evaluar esta dimensión son la claridad del lenguaje, la pertinencia del contenido y su adecuación al público.

El segundo criterio es la eficiencia, que Drucker define como “hacer bien lo que se está haciendo” (Drucker, 1967: 36). Esto se relaciona con el uso inteligente de los recursos disponibles: tiempo, personal, tecnología, etc. En el caso del periodismo, un medio es eficiente si puede producir información de calidad en poco tiempo, utilizando bien sus herramientas y sin cometer errores. Sin embargo, Drucker advierte que no sirve de nada ser eficiente si no se está haciendo lo correcto: “nada hay tan inútil como hacer con gran eficiencia algo que no debería haberse hecho en absoluto” (Drucker, 1967: 45). Bajo este criterio, Agustín Olais mencionó que actualmente las herramientas tecnológicas han mejorado la eficiencia del trabajo periodístico: “El nivel de edición era diferente, mucho más lento a las nuevas tecnologías que todo es electrónico, trabajas con servidores, es mucho más rápido, eficiente, el tiempo de entrega, y lo haces con mayor calidad.” (entrevista personal, 2025)

La tercera E es la efectividad, que para Drucker es el resultado de combinar la eficacia y la eficiencia: lograr los objetivos correctos, usando bien los recursos. En sus palabras, “la efectividad es la base del éxito en cualquier empresa” (Drucker, 1967: 23). Esto significa que una noticia no solo debe estar bien hecha y bien enfocada, sino que además debe tener un impacto real: influir en la opinión pública, generar debate o provocar cambios sociales o institucionales. Además, Drucker subraya que la efectividad no es un rasgo innato, sino una disciplina que debe

aprenderse, en sus palabras: La efectividad, a diferencia de otros atributos, es algo que puede aprenderse y debe aprenderse. (1967:17)

Desde esta perspectiva, el periodismo de calidad no se limita a informar de manera rápida y correcta, sino que debe preguntarse qué temas aborda, cómo los presenta y qué consecuencias tiene su publicación en la vida pública. Aplicar la teoría de las tres E permite evaluar la información no solo por su forma o su eficiencia técnica, sino también por su valor democrático y ético. Ya que no se trata solo de publicar noticias, sino de hacerlo con propósito, de forma profesional y con resultados que aporten valor a la sociedad

2.3 Alcances y limitaciones de la automatización en el trabajo periodístico

Con la constante evolución e inmersión de la tecnología en las actividades cotidianas de los periodistas, se ha dado paso a la automatización. Esto ha significado para los medios de comunicación una optimización en sus procesos operativos, generando así contenido de forma casi inmediata y a gran escala, que también se traduce en efficientar y reducir costos. A pesar de lo útil que ha sido la automatización en los procesos periodísticos, también existen limitantes que la ponen en duda, entre las que destacan: el impacto en la calidad de la información, la ética periodística y la redefinición o desplazamiento de los roles laborales dentro de los medios de comunicación.

Es por esto que resulta de forma crucial entender los alcances y las limitaciones de la automatización en la industria periodística, para así evaluar sus efectos haciendo hincapié en el estudio de la transformación de las funciones tradicionales de los periodistas y las implicaciones éticas y profesionales que surgen como consecuencia de la inmersión de la IA en el ámbito comunicativo.

2.3.1 La automatización inteligente como sustituto de la creatividad humana

A raíz del auge de la IA en el periodismo se ha acrecentado el debate entre que si los modelos de procesamiento de lenguaje natural (PLN) “tecnología de machine learning que brinda a las computadoras la capacidad de interpretar, manipular y comprender el lenguaje humano” (AWS, 2024), son capaces de reemplazar la creatividad humana sobretodo en la actividad periodística

que tradicionalmente se ha caracterizado porque sus profesionistas deben de poseer sensibilidad, juicio ético y complejas habilidades narrativas.

Desde hace un par de años, algunos medios de comunicación de distintas partes del mundo pusieron en marcha algoritmos de PLN capaces de generar, organizar y analizar información de carácter noticioso de manera autónoma. Un claro ejemplo es *Heliograf*, un software desarrollado por el periodico estadounidense *The Washington Post* para incentivar la redacción automatizada de noticias en coberturas extensas basadas en datos. Dicha tecnología fue utilizada por primera vez en los Juegos Olímpicos de Río 2016, lo que facilitó que los periodistas pudieran informar acerca de los resultados de competencias por medallas. En ese mismo año, fue empleado para extender la cobertura en torno a las elecciones presidenciales de los Estados Unidos, pudiendo así abarcar las más de 500 contiendas que se disputaban en los mencionados comicios (*The Washington Post*, 2020).

Otro ejemplo es el software *Quakebot*, que es utilizado por el periodico estadounidense *Los Angeles Times*, para poder informar lo más pronto posible sobre los eventos sísmicos más recientes. El *software* utiliza y revisa los avisos de actividad sísmica que son reportados por el Servicio Geológico de Estados Unidos (USGS) y si estos cumple ciertos criterios, se crea de forma automática un borrador de un artículo informativo que finalmente un integrante de la redacción analiza y considera si es de interés periodístico (Los Angeles Times. 2025).

Si bien estas herramientas han demostrado ser eficaces en tareas periodísticas en donde la precisión y la rapidez son puntos claves, como en los reportes financieros, resultados deportivos o en noticias de última hora. Aún se enfrentan a limitaciones cuando se trata de trabajos que requieren interpretación, sensibilidad narrativa o juicio editorial.

La creatividad periodística implica la capacidad de plantear preguntas relevantes, conectar hechos aparentemente aislados, aplicar un sentido crítico a los eventos y producir relatos atractivos adaptados a distintos públicos. Estos son aspectos que, hasta ahora, la IA no ha podido replicar con profundidad. De acuerdo con Andreas Graefe, (2016) “Los algoritmos no pueden hacer preguntas, explicar nuevos fenómenos ni establecer causalidad y, por lo tanto, están limitados en su capacidad para observar la sociedad y cumplir tareas periodísticas, como la orientación y la formación de la opinión pública” (Graefe: 2016: 6).

Bajo este mismo sentido, en palabras de Agustín Velasco “Mientras la inteligencia artificial procesa, el ser humano piensa” (entrevista personal, 2025) y del periodista independiente Carlos Pozos Soto “la mayor inteligencia es la inteligencia humana, la memoria, todo lo que sea humano no va a ser sustituido por la inteligencia artificial, jamás” (entrevista personal, 2025). Ambos coinciden en que la cualidad humana siempre será fundamental para realizar investigaciones complejas, coberturas sensibles y para poder fijar una postura ética en temas controversiales.

Por estas razones, es que la inmersión de la redacción automatizada en los medios de comunicación debe entenderse como una herramienta complementaria que potencia el trabajo humano, especialmente en tareas repetitivas y de bajo nivel creativo. Bajo este mismo sentido, Agustín Olais considera que: “La IA va a complementar las funciones periodísticas, como ha pasado con el resto de la tecnología” (entrevista personal, 2025). Por su parte Agustín Velasco declara que: “Me parece que a largo plazo la inteligencia artificial también se va a acoplar como una herramienta de trabajo para el periodista, pero depende mucho del humano, del reportero, de mantener su credibilidad y de ser contrapeso de este tipo de nuevas tecnologías” (entrevista personal, 2025).

En opinión de la periodista independiente Sandra Aguilar, “la inteligencia artificial no tiene sentimientos, la inteligencia artificial no tiene esa capacidad que los años que nosotros tenemos palpando la noticia, la inteligencia artificial no tiene esa capacidad de ver qué hay antes, qué hay detrás, qué hay después, no tiene esa capacidad del ser humano. Y sería, pienso yo, en mi muy humilde opinión, noticias frías, de lectura, de leer notas y no con un sentido humano o enfocado, pienso yo.

En resumen, la automatización inteligente en el periodismo puede desempeñar funciones indispensables para la redacción de noticias y para liberar de tiempos y recursos a los profesionales de la comunicación. Sin embargo, ésta aún se ve limitada en comparación con la creatividad, la intuición y la responsabilidad que caracterizan a un verdadero periodismo de calidad.

2.3.2 Áreas del trabajo periodístico susceptibles a la redefinición de roles a causa de la automatización

Con la llegada de sistemas automatizados en el entorno de la producción periodística, se han modificado las formas de realizar las distintas tareas dentro de las redacciones, la automatización se ha constituido como una práctica que involucra tareas de análisis de datos, comprobación de la veracidad de las noticias, seguimiento de tendencias y gestión del contenido digital. Lo que se traduce en una reestructuración de las funciones más tradicionales del periodista.

De acuerdo con Agustín Velasco: “Los compañeros que se dedican a temas de procesamiento de datos, o un poco más de periodismo de investigación o encontrar documentos, eh quizás sí utilicen más herramientas de inteligencia artificial” (entrevista personal, 2025). Esto se debe a que la automatización resulta altamente productiva en aquellas áreas donde existen rutinas estandarizadas y datos estructurados.

Tal es el caso de la agencia de noticias estadounidense Associated Press (AP) que desde 2015 y hasta la fecha genera con una mínima intervención humana, miles de reportes trimestrales con resultados corporativos, esto mediante la herramienta de PLN, *Wordsmith de Automated Insights*. (Meir, 2015).

Debido a la nueva realidad que se vive en las redacciones, los medios de comunicación han comenzado a demandar perfiles profesionales, en donde los profesionales de la comunicación tengan la capacidad de integrar habilidades tecnológicas junto con competencias tradicionales periodísticas. Según Diakopoulos (2019), esta evolución representa no solo un cambio de herramientas, sino una transformación cultural en el ejercicio del periodismo, en el que los profesionales deben familiarizarse con conceptos como minería de datos, algoritmos de búsqueda, inteligencia artificial y visualización interactiva.

Además, la automatización afecta distintas etapas del proceso periodístico:

- Recopilación de la información: En esta etapa los periodistas pueden hacer uso de herramientas algorítmicas que analicen en pocos segundos grandes volúmenes de datos. Además de detectar fácilmente las tendencias en las redes sociales.
- Redacción del contenido: Herramientas como *ChatGPT*, *DeepSeek*, *Gemini*, *Grammarly*, solo por mencionar algunas, son útiles para redactar borradores, realizar correcciones de estilo e inclusive para adaptar el tipo de lenguaje, según el público al que vaya dirigido.

-Distribución del contenido: Los sistemas de automatización son útiles para adaptar y/o optimizar el contenido en función de los distintos canales de salida (medios tradicionales, sitios web, redes sociales, plataformas de mensajería o streaming).

Esta transformación en la dinámica del trabajo periodístico, también plantea nuevos desafíos para aquellos periodistas experimentados que laboran de forma tradicional, ya que deben de capacitarse para no quedar rezagados en entornos donde la alfabetización digital es indispensable. Además, existe el riesgo de que los criterios editoriales cedan terreno ante decisiones basadas en datos o algoritmos, afectando la pluralidad informativa.

Si bien la automatización no elimina el trabajo periodístico, si lo transforma, orillando así a una redefinición de funciones, competencias y estructuras organizativas dentro de los medios de comunicación. Esta evolución tecnológica ofrece grandes oportunidades, siempre que sea gestionada con una visión crítica, ética y centrada en el valor humano del periodismo. Este último dicho es compartido por Agustín Velasco quien considera que: “yo también he visto que la IA representa una gran oportunidad, que es como una especie de tierra fértil para que crezcan las virtudes del ser humano” (entrevista personal, 2025).

2.3.2.1 Nuevos perfiles laborales para los periodistas en la era de la IA

Como consecuencia de la irrupción de la IA y de los mecanismos de automatización en las redacciones de noticias, se han propiciado nuevas dinámicas de trabajo, reformulando así el rol tradicional del periodista. Por consiguiente las tareas periodísticas ya no son únicamente la recolección y redacción de noticias, sino en actividades en donde convergen habilidades de programación, análisis de datos y la visualización informativa.

Entre los nuevos principales perfiles laborales para los periodistas en la era de la IA, se encuentran:

-Periodista de datos: Es aquel que busca generar contenido más preciso y atractivo, mediante la combinación de sus conocimientos periodísticos con habilidades en estadística, minería de datos y el uso de lenguaje de programación. Todo esto mediante el uso de extensas bases de datos y herramientas tecnológicas, con las que se crean nuevas narrativas y se cuantifican las realidades.

El papel de este tipo de periodistas es fundamental para la producción de grandes reportajes de investigación (Molina, 2021).

-Programador periodístico: Su tarea principal se centra en la creación de herramientas digitales para así apoyar el trabajo editorial. Su incorporación en los medios de comunicación, se traduce en la automatización de procesos, del flujo de trabajo y del desarrollo experiencias informativas más personalizadas según los distintos tipos de audiencias.

-Curador de contenido automatizado: Sus funciones van orientadas en el mismo sentido que un curador de contenido tradicional, solo que este nuevo perfil se centra en supervisar, editar y ajustar la información generada por los software de redacción automatizada. Su trabajo es de vital importancia, puesto que con este se puede asegurar la calidad, coherencia y precisión de los contenidos generados por la IA.

Estos nuevos perfiles en la era de la IA, representan una hibridación del oficio periodístico con disciplinas tecnológicas y científicas, lo que plantea desafíos importantes para la formación académica en el campo de la comunicación. Es fundamental que los centros de estudios actualicen sus planes y programas de estudios, en donde se tome en cuenta el desarrollo de competencias digitales, programación básica, análisis de datos, ética de la IA y la gestión de tecnologías emergentes.

Los periodistas del futuro no se limitarán solo a narrar hechos, sino que también tendrán que ser partícipes en la creación de sistemas que permitan recopilar, analizar y difundir información de forma automatizada, dinámica y con responsabilidad ética. (Diakopoulos, 2019).

2.3.2.2 Transformación del trabajo periodístico y la relación con las herramientas automatizadas

Actualmente algunos periodistas colaboran activamente con sistemas automatizados que asisten en la recolección, procesamiento y difusión de contenidos. Sin embargo, esta dependencia de herramientas también plantea desafíos, como la pérdida de control editorial o la aceptación acrítica de los resultados generados por algoritmos.

De la muestra total de los entrevistados para el desarrollo de esta investigación, 6 de los 11 si recurren a herramientas de IA como auxiliares para el desempeño de sus actividades periodísticas.

Por su parte, Marcela Nochebuena declara que: “Utilizó una herramienta que se llama Pin Point, que está facilitada por *Google* y es una herramienta que utiliza la inteligencia artificial para transcribir audios. Entonces pues solamente ingresas el audio, lo carga y lo transcribe. Y obviamente tiene sus deficiencias. En realidad es una herramienta que yo utilizo como orientación para evitar lo que hacíamos antes”.

En el caso de José Sobrevilla, comenta que: “Mi experiencia con la inteligencia artificial ahorita ha sido para redactar algunas notas, investigar algunos temas. La utilizó para elaborar mis videos, ahora yo grabo un video, lo mandó a la inteligencia artificial y me hace una transcripción casi puntual con pocos errores. Entonces ya nada más te pones el audio, lo vas comparando y corrigiendo y luego ya le das la redacción que tú quieres” (entrevista personal, 2025)

En contraste, 5 de los 11 entrevistados no hacen uso de *softwares* de inteligencia artificial, por distintas razones:

Por parte de Agustín Velasco, declara que: “Lo he estado pensando y no las he utilizado, porque mi trabajo es más como en la calle. Y en la calle, pues tú estás ahí en contacto con la noticia, en el hecho, en el sitio” (entrevista personal, 2025). Además añade un punto de vista del uso que le dan a la IA sus colegas, “Los compañeros, muchas veces esperan a que la IA les transcriba todo el texto del audio, les entregan un machote gris de letras y de palabras, pero en realidad no están procesando la información, solamente están capturando una información y transcribiendo, pero sin ser ellos un filtro que finalmente creo que es en lo que nos estamos convirtiendo los periodistas, en verificadores de datos y ahí el riesgo de la inteligencia artificial” (entrevista personal, 2025).

La periodista Reyna Haydee, considera qué: “El reportero de calle, o sea yo, no sé si será porque yo soy a la antigua, o sea, tengo muchos años en esto, entonces a lo mejor yo no le doy crédito a la inteligencia artificial” (entrevista personal, 2025).

El fotoperiodista Carlos Santiago, reafirma que “No utiliza la ia para el trabajo periodístico, está prohibido y aparte pues digo, no es ético” (entrevista personal, 2025)

Podemos apreciar que existen distintas concepciones respecto a las implicaciones del uso de la IA. A medida que estas herramientas se vuelven más influyentes en el ciclo informativo, se hace evidente la necesidad de una relación reflexiva y ética entre el periodista y la

automatización. Marconi (2020) subraya que el profesional debe actuar como un curador responsable de la tecnología, asegurando que su aplicación no comprometa los principios del periodismo: precisión, transparencia, independencia y responsabilidad.

En definitiva, la automatización redefine tanto las funciones como las relaciones en el ejercicio periodístico. Aquellos profesionales capaces de integrar estas herramientas de forma crítica y estratégica estarán mejor preparados para ejercer un periodismo riguroso, adaptado a los retos y oportunidades de la era digital.

Capítulo 3: Evolución del modelo de negocio en los medios de comunicación

Durante una parte significativa del siglo XX, los medios de comunicación operaron bajo un modelo de negocio centrado en la publicidad impresa y las suscripciones físicas. Sin embargo, con la llegada de la digitalización y el aumento de plataformas en línea, los medios enfrentaron la necesidad de adaptarse a nuevos entornos digitales. Este cambio ha sido fundamental, puesto que el modelo sustentado en la venta de publicidad impresa pierde vigencia, debido al avance de la tecnología y la digitalización de los procesos comunicativos (Encinas, M. 2024).

Varios periodistas y reporteros mencionan esta evolución desde su experiencia profesional: “de pasar de una grabadora análoga a una digital que facilitaba su producción laboral, al igual que con las cámaras es mucho más rápido, eficiente, ese material ya puede estar al aire en tu programa de televisión, pero también en las diferentes plataformas digitales”, siendo un testimonio que demuestra cómo la digitalización ha impactado los procesos productivos y de distribución en los medios.

La transición de los medios de comunicación hacia modelos digitales ha generado una competencia feroz por la atención de los usuarios. Plataformas como *Facebook*, *Google* y *YouTube* se han convertido en actores dominantes al capturar una parte significativa de los ingresos publicitarios. Según la Dra. Encinas Grijalva (2024), los ingresos publicitarios migraron a las grandes plataformas tecnológicas que operan como intermediarias y captan gran parte del valor económico de los contenidos generados por los medios. Esto ha generado una crisis en los medios tradicionales, que, aunque producen los contenidos, han perdido el control sobre el flujo de ingresos.

La reportera de *Telemundo*, Issa Osorio, describe cómo ha vivido este cambio en el consumo informativo: “ya no es la persona que hace unos años se sentaba en un horario estelar a ver las noticias, ahora todo el tiempo la gente se está informando. El periodismo está yéndose hacia el streaming, hacia el *Facebook Live*, hacia el *Instagram Live*, y hay muchísima gente que ve las noticias en *TikTok*”. Siendo estas declaraciones una evidencia de la migración de la información a otros medios y la fragmentación de audiencias que ya no ven a los medios tradicionales como la única alternativa para estar al tanto de las noticias de entorno.

El cambio estructural ha obligado a los medios a innovar en sus modelos de negocio. Muchos medios se han dedicado a implementar muros de pago, suscripciones digitales y micropagos, con la esperanza de diversificar sus ingresos y adaptarse a un panorama mediático cada vez más fragmentado. Estos nuevos modelos de monetización buscan generar valor a partir de la experiencia del usuario digital y la personalización de los contenidos, adaptándose a un consumidor que ahora tiene acceso a un abanico de fuentes de información gratuitas. Según el Lice. Félix, S. (2023), las plataformas tecnológicas han puesto en riesgo los modelos tradicionales de los medios, lo que obliga a los mismos a encontrar nuevas estrategias para enfrentar estos desafíos.

Además, la presión económica ha llevado a los medios a reconsiderar la forma en que gestionan su infraestructura tecnológica y recursos humanos. La realidad es que la transición hacia lo digital no ha sido sencilla (Encinas, M. 2024). A pesar de aumentar su audiencia, muchos medios no logran traducir ese tráfico en ingresos sostenibles. Las plataformas digitales pueden atraer a más usuarios, pero la conversión de ese tráfico en una fuente de ingresos estable sigue siendo uno de los mayores retos del sector. Según UNESCO (2023), la adopción de modelos de suscripción digital se enfrenta a la falta de confianza de los usuarios en pagar por contenidos que anteriormente eran gratuitos.

3.1 Impacto de la IA en los ingresos y sostenibilidad financiera de los medios de comunicación

La inteligencia artificial ha comenzado a transformar profundamente el panorama de los medios de comunicación, ofreciendo herramientas para mejorar la eficiencia operativa y la personalización del contenido. En la actualidad la inteligencia artificial ha optimizado la relación de algunos medios con su audiencia, como en el caso de *The Guardian*, que ha incrementado sus suscripciones utilizando sistemas de recomendación y personalización basados en algoritmos de IA. Según la Dra. Encinas Grijalva (2024), “el uso de algoritmos de recomendación y personalización, como los desarrollados con inteligencia artificial, ha permitido a medios como *The Guardian* optimizar la relación con su audiencia, incrementando suscripciones”. Esta capacidad para adaptar los contenidos a los intereses específicos de los usuarios ha demostrado

ser crucial para aumentar la fidelización y el tiempo de permanencia, factores clave para la sostenibilidad económica de los medios.

La IA también ha facilitado la automatización de procesos editoriales, como la creación de titulares y resúmenes, lo que permite a los medios reducir la dependencia de grandes equipos para tareas repetitivas. Uno de los beneficios de la inteligencia artificial se encuentra en la eficiencia operativa, que se ve mejorada y se reduce la dependencia de grandes equipos para la cobertura de noticias repetitivas. Este tipo de optimización de recursos ha permitido a los medios reducir costos y liberar personal para funciones más estratégicas, como el análisis y la investigación, contribuyendo a la sostenibilidad económica a largo plazo (Encinas, M. 2024).

En contraste, Issa Osorio describe un panorama donde muchas redacciones todavía mantienen una estructura clásica: “Yo todavía tengo que salir con un camarógrafo y me tienen que editar”, lo que demuestra que la automatización editorial aún no es la norma en todos los medios. Esta distancia entre teoría y práctica también aparece en las palabras de Agustín Oláis, quien es reportero para Telemundo, señala que se encuentran apenas conociendo las posibilidades de la IA, pero aún no la han incorporado en su día a día laboral.

Por otro lado, los medios de comunicación enfrentan un escenario económico cada vez más complejo, esto debido a la inestabilidad en los flujos de ingresos y la dificultad de sostener estructuras rentables en un entorno que se ha digitalizado en gran medida. Uno de los principales desafíos actuales es la fragilidad del modelo financiero, ya que muchos medios no han conseguido consolidar fuentes de ingresos diversificadas que permitan su sostenibilidad más allá de la publicidad o las suscripciones (Redacción, 2024).

En diversos casos, la transición digital implicó un aumento del alcance, pero no necesariamente de la rentabilidad. Esta desconexión se incrementa con la volatilidad de las audiencias y la saturación de información que hay en redes sociales y motores de búsqueda, donde la visibilidad depende cada vez más de algoritmos que priorizan el contenido más atractivo y viral, más no necesariamente el más riguroso o costoso de producir (Félix, S. 2023). Issa Osorio refuerza este punto al afirmar que “la gente está dejando la televisión lineal para mudarse a las redes sociales... Hay muchísimas personas que ven las noticias en *TikTok*”, lo cual refleja cómo el contenido más breve y viral tiende a tener mayor alcance, aunque muchas veces viéndose afecta la profundidad de la nota.

Asimismo, la constante presión por reducir costos operativos ha derivado en redacciones más pequeñas, mayor carga laboral para los periodistas y una creciente dependencia de tecnologías automatizadas para la generación y distribución de contenidos. Esto puede comprometer la calidad informativa si no se da una inversión adecuada en el talento humano dentro de los medios de comunicación (UNESCO, 2023).

Otro elemento crítico es la falta de modelos flexibles capaces de adaptarse a contextos económicos y tecnológicos cambiantes. Como señala la Dra. Encinas Grijalva (2024), muchos medios aún se encuentran bajo esquemas estructurales rígidos, heredados del entorno analógico, que resultan ser de poca eficacia y dificultan una respuesta ágil frente a los cambios del mercado digital. Esta falta de adaptabilidad impide la incorporación más eficiente de las herramientas como la inteligencia artificial, no por su complejidad técnica, sino por la resistencia interna o la carencia de visión estratégica.

Adicionalmente, la competencia con grandes empresas tecnológicas impone condiciones desfavorables para los medios tradicionales. Plataformas como *Google* o *Meta* no sólo concentran la publicidad digital, sino que también dictan las reglas del juego en cuanto a visibilidad, formatos y métricas de éxito. Los medios, por tanto, ven limitada su autonomía económica y editorial al depender de estas plataformas para llegar a sus audiencias (UNESCO, 2023).

Otro punto importante lo podemos observar en el acceso desigual a recursos financieros y tecnológicos que profundiza las brechas entre grandes conglomerados mediáticos y medios independientes o locales. Estos últimos suelen operar con presupuestos reducidos y sin acceso a herramientas de análisis avanzado, automatización o *marketing* digital, lo que los coloca en desventaja frente a actores mejor posicionados. Esta disparidad afecta la diversidad informativa y limita el desarrollo de un entorno mediático diverso y sostenible (Encinas, M. 2024).

3.2 La IA y el cambio en las estructuras organizativas de los medios: ¿Cómo afecta a los roles tradicionales de los periodistas?

Como hemos visto, la incorporación de la IA en los medios no solo está transformando la manera en que se producen las noticias, sino también la estructura interna de las organizaciones periodísticas. Los perfiles profesionales tradicionales, como los periodistas, se están

complementando con nuevos roles como desarrolladores de software, analistas de datos y expertos en *machine learning*. La Dra. Encinas Grijalva (2024) menciona que “los cambios tecnológicos obligaron a las redacciones tradicionales a incluir perfiles de datos, ingenieros y expertos en inteligencia artificial, modificando la estructura clásica de los medios”. Esta integración de la IA en las redacciones está cambiando el perfil de los equipos de trabajo, creando una colaboración más estrecha entre periodistas y tecnólogos.

Alejandro Jiménez, coordinador nacional de opinión de la Organización Editorial Mexicana, aporta una visión práctica sobre esta transformación al señalar que, dentro de la Organización Editorial Mexicana, “ya se nombró un editor de inteligencia artificial”, cuya función es supervisar el uso de herramientas de IA en la reescritura de boletines, la generación de notas breves y la verificación de datos. Este nuevo rol no existía previamente en los medios y muestra cómo los equipos se están reconfigurando con perfiles especializados en tecnología. Aunque reconoce que esto alivia tareas repetitivas, enfatiza que “el último toque tiene que ser humano”. A su vez, Jorge Arturo de Grupo Reforma explica cómo han implementado la IA como herramienta de apoyo dentro de la editorial: “no se ocupa para generar información, se ocupa para mejores cabezas, *keywords*, resúmenes para *newsletters* y redes sociales”. Esto revela una integración limitada pero estratégica de la IA, centrada en el apoyo para agilizar los procesos de producción, siendo el caso de ambos periódicos la IA busca complementar el trabajo periodístico en lugar de reemplazarlo.

A medida que la IA asume tareas repetitivas y rutinarias, los periodistas se ven liberados para centrarse en investigaciones y contenido de mayor valor añadido. No obstante, también se abre un debate sobre la deshumanización del trabajo periodístico. La Dra. Encinas Grijalva (2024) señala que “el temor a la sustitución laboral está presente, aunque también se percibe la IA como una herramienta complementaria más que sustitutiva”. Este cambio genera una tensión entre la eficiencia de la automatización y la necesidad de mantener el enfoque humano en la producción de contenido, especialmente en temas complejos que requieren juicio y sensibilidad social, que son características que la IA no ha alcanzado a la fecha.

Issa Osorio respalda esta visión al afirmar que “aunque la IA tenga redacción perfecta y estructura narrativa impecable, la forma de transmitir una noticia nunca tendrá el factor humano”, insistiendo en que el valor del periodista sigue estando en su capacidad emocional y

ética. Por otro lado, Agustín Olaís también advierte que “hay cosas que definitivamente sí serán reemplazadas”, pero que aún hay dudas sobre si una IA puede “transmitir el sentimiento”. Esta declaración resalta la frontera que aún separa a la automatización de los aspectos más subjetivos y sensibles del periodismo.

Por lo tanto, la inteligencia artificial no solo está transformando el trabajo dentro de las redacciones, sino también el rol de los periodistas en el ecosistema mediático. Ya no son los únicos creadores de contenido; en muchos casos, se convierten en parte de un equipo multidisciplinario en el que la tecnología juega un papel crucial en la creación de narrativas. Según la UNESCO (2023), los cambios en las estructuras organizativas también han generado la necesidad de replantear la ética y las competencias profesionales, especialmente a medida que los medios adoptan sistemas de automatización y personalización que requieren una supervisión más cuidadosa.

Desde su experiencia como directivo, Alejandro Jiménez advierte que este proceso todavía está en sus primeras etapas, y que aún no se ha producido una sustitución masiva de puestos, según dice: “Todavía no hemos corrido a cinco gentes porque ya una máquina lo reemplaza; todavía no lo vemos en ningún medio”. No obstante, destaca que la reinvención de nuestros roles es inevitable.

3.3 Redefinición de los modelos de negocio de los medios de comunicación en la era de la inteligencia artificial

En la actualidad, los modelos de negocio tradicionales de los medios enfrentan una profunda transformación impulsada por la IA. Lejos de limitarse a la simple digitalización de procesos, los medios están obligados a reimaginar por completo la forma en que crean, distribuyen y monetizan los contenidos. En este nuevo paradigma, el valor ya no reside solo en la información producida, sino en la capacidad de entender, predecir y adaptarse al comportamiento del usuario a través del análisis de datos (Encinas, M. 2024).

Este cambio de lógica ha dado lugar al desarrollo de modelos basados en la personalización, donde los algoritmos de recomendación se convierten en una herramienta estratégica para aumentar la fidelización del lector y maximizar el rendimiento económico de cada interacción. Medios como *The Guardian* han reportado un incremento significativo en

suscripciones gracias al uso inteligente de sistemas de IA que segmentan y priorizan el contenido de acuerdo con los intereses de cada usuario (Encinas, M. 2024).

Alejandro Jiménez señala que la IA ya se usa en su medio para reescribir boletines con un lenguaje más neutral y generar notas breves de forma automática: “el boletín de prensa lo metes a la inteligencia artificial y ya te genera una nota legible, en orden”. Esta práctica sugiere que la IA comienza a incorporarse en el núcleo mismo de los flujos editoriales, lo que inevitablemente transforma el valor del contenido y las formas de monetizarlo. En contraste, tanto Agustín Olaís como Issa Osorio confiesan que, en sus redacciones actuales, aún no se utiliza inteligencia artificial para la segmentación o personalización del contenido. Olaís afirma: “Estamos como que en ese '*bypass*', en lo que conoces la IA”, mientras que Osorio indica: “Hasta ahora no, todavía trabajamos con roles muy definidos”. Esto demuestra que, aunque los modelos de negocio avanzan hacia la personalización en algunos medios internacionales, muchos medios en México aún no han integrado este tipo de herramientas de forma estructural; situándonos en una era transicional de los medios de comunicación.

De acuerdo con Félix, S. (2023), este cambio también ha impulsado la exploración de esquemas híbridos de monetización, donde conviven muros de pago dinámicos, membresías personalizadas, donaciones voluntarias y acceso gratuito a ciertos contenidos como parte de una estrategia de conversión progresiva. La inteligencia artificial permite ajustar cada una de estas opciones con base en datos en tiempo real, optimizando los ingresos sin sacrificar alcance.

Por otro lado, se destaca que la información en sí misma se ha convertido en un activo comercial, los medios ya no sólo producen noticias, sino también conocimiento sobre su audiencia, lo cual abre la puerta a nuevos modelos de negocio basados en servicios de análisis, consultoría o productos editoriales personalizados para sectores específicos. En este contexto, el contenido se ve acompañado por sistemas de medición más complejos y modelos predictivos que permiten tomar decisiones estratégicas de forma más precisa.

Sin embargo, la UNESCO (2023) advierte, que esta redefinición implica también una reformulación ética: la hipersegmentación informativa corre el riesgo de encerrar a los usuarios en burbujas de contenido, reduciendo la diversidad de perspectivas y debilitando el valor democrático del periodismo. La rentabilidad no puede, en este sentido, desvincularse del compromiso social de los medios.

Por otra parte, la incorporación de IA en los modelos de negocio también está modificando las fuentes de valor para los anunciantes. Ya no se trata únicamente de alcanzar grandes audiencias, sino de generar interacciones de calidad, dirigidas a públicos bien definidos. Esto ha llevado a una mayor sofisticación en la publicidad programática, la cual se basa en inteligencia artificial para colocar anuncios según variables contextuales, comportamientos individuales e incluso estados emocionales inferidos (Simón, 2023).

Agustín Olaís nos menciona que reconoce que el éxito de los nuevos formatos dependerá de lo que las empresas y sus audiencias demanden, lo cual sugiere una transformación de la relación entre los medios, marcas y audiencias.

En esta redefinición del negocio, los medios que logren integrar la IA no como una herramienta adicional, sino como el núcleo de su estructura operativa y estratégica, estarán mejor posicionados para adaptarse a un entorno en permanente cambio. Como concluye Encinas M. (2024), los modelos exitosos serán aquellos capaces de articular tecnología, contenido, datos y propósito social en una fórmula sostenible.

Capítulo 4: El futuro del periodismo

En las últimas décadas, los avances tecnológicos han reconfigurado profundamente los medios de comunicación y la práctica periodística. Desde la forma en que se produce, distribuye y consume la información hasta la manera en que se interpreta y cuestiona la realidad, la tecnología ha sido un catalizador de cambio que ha revolucionado el panorama informativo mundial.

La digitalización y el acceso global han democratizado el flujo informativo, brindando a las personas la posibilidad de interactuar directamente con la información en tiempo real. No obstante, también han planteado desafíos significativos, como la proliferación de noticias falsas, la velocidad vertiginosa de la difusión y la necesidad de adaptar los valores éticos periodísticos a un entorno digital en constante evolución. A medida que la tecnología se integra en todos los aspectos de la comunicación, es fundamental comprender cómo estos desarrollos han influido en la percepción del periodismo y en la forma en que se articula su misión principal: informar con veracidad, objetividad y profundidad (ComunicaTech, 2024).

4.1 Habilidades y competencias clave para los periodistas del futuro: Desde la programación hasta la ética digital

La práctica periodística, históricamente fundamentada en los valores de veracidad, objetividad y profundidad, enfrenta hoy una transformación sin precedentes impulsada por los avances tecnológicos. En un entorno donde la información circula a una velocidad vertiginosa y en múltiples plataformas, los periodistas se encuentran en un punto crítico: deben adaptarse a nuevas herramientas y habilidades, mientras preservan los principios éticos que son el núcleo de su profesión. Este apartado analiza cómo el rol del periodista debe evolucionar y qué habilidades son esenciales para cumplir con las demandas del periodismo en el siglo XXI (Guzmán, 2021).

Dentro de los valores que son fundamentales para un periodista, la ética es una de las primordiales que deben ser un pilar al momento de hacer periodismo. La ética es una ciencia de valores que surgen de la moralidad del hombre, una ciencia que se practica mediante acciones por el uso de razón y voluntad humana (Herrán y Restrepo, 1992). La ética también se le considera la rama de la filosofía que reflexiona sobre las acciones morales, orientándose hacia la

realización de una vida plena y significativa, guiada por valores considerados buenos, que estudia y analiza las reglas y normas establecidas en una sociedad que aprueban dichas consideraciones (CUAED, 2023).

La veracidad, entendida como el compromiso con la verdad y la precisión, se enfrenta al desafío de la proliferación de noticias falsas y la manipulación informativa en medios digitales. En este contexto, el periodista debe adoptar técnicas avanzadas de verificación de hechos, utilizando herramientas tecnológicas que permitan contrastar información y validar fuentes. Carlos Santiago expresa su postura para utilizar a la IA como un complemento para acciones menores que mejoren de manera estética los trabajos periodísticos, pero que no pueden ser la fuente principal de cualquier trabajo, ya que no estarían transmitiendo con total autenticidad el material, pues debe ser prioridad el mostrarlo de manera menos alterada y real posible. Asimismo, la objetividad se ve influida por el entorno de redes sociales y algoritmos, que tienden a personalizar el contenido según las preferencias del usuario. El periodista debe ser consciente de estos sesgos tecnológicos y trabajar activamente para presentar información equilibrada y neutral.

Por otro lado, la profundidad, como principio de análisis detallado y reflexivo, requiere una reevaluación en un contexto donde la atención de las audiencias es cada vez más efímera. Aquí radica la importancia de combinar narrativas atractivas con una investigación sólida, aprovechando el potencial multimedia para mantener el interés sin comprometer la calidad informativa.

Bajo ese concepto de narrativas atractivas, la periodista Marcela Nochebuena, hace hincapié al hecho de cómo funcionan las redes sociales, que entre más veloces y concisas sean más es la interacción que reciben, el formato de reel en el que aparece una nota y los primeros segundos son cruciales para mantener el interés del público. Esta captación de atención se genera a través de títulos tendenciosos o que apelen directamente a algún sector específico con palabras llamativas o pretenciosas que puedan generar especulación, morbo, y retengan al público durante varios segundos o minutos más para de esa forma hacer llegar la noticia en mayor medida hasta que baje el interés.

Dentro de esta tendencia de mostrar noticias o información apantallante resalta el hecho que la exageración puede no estar totalmente fundamentada, por lo que dicha información puede

no ser real en un porcentaje o en totalidad, cayendo en las llamadas “*Fake News*” que funcionan únicamente para generar atención, views, interacción y comentarios que apelen a una reacción específica que se buscaba con anticipación por parte del medio o la fuente que emitió dicha noticia falsa.

En estas prácticas también resalta tanto la labor y moral del periodista, así como también del propio lector, que en un escenario favorable debe caer en su responsabilidad verificar la información que recibe, ahondar en las fuentes y de ser posible el corroborar que sean verídicas o confiables. De esta forma se fomenta el análisis crítico.

La labor periodística no sólo se resume en ciertas pautas que tienen que tomar los periodistas al momento de plantear, investigar y redactar sus notas, sino también uno de los puntos más importantes es la reflexión de qué hace distinto a un periodista humano de un elemento sistematizado como la IA, que cualidades son las que deben de sobresalir para hacer una separación objetiva entre ambos. Para ello tenemos que referirnos directamente a las cualidades humanas, la capacidad que tenemos de sentir emociones y en cómo estas se manifiestan en nosotros mismos y en otras personas, que todo sentimiento nace y produce acciones, por lo tanto toda producción humana lleva consigo un sentimiento o emoción que solamente nosotros podemos percibir y asumir.

Agustín Olaís reconoce que la inteligencia artificial podrá asumir ciertas funciones dentro del periodismo, pero sostiene que la transmisión de emociones es una capacidad exclusivamente humana que aún no ha sido replicada por la tecnología. La autenticidad del sentimiento sigue siendo clave en la presentación de noticias. Así mismo, reconoce que la inteligencia artificial será una herramienta complementaria para el periodismo y aunque su evolución es impredecible, no descarta la posibilidad de que en el futuro existan sistemas capaces de replicar emociones humanas de manera más auténtica, o que en un futuro lleguen noticieros presentados y elaborados únicamente por robots, aunque duda en que realmente eso llegue a ser un estándar en la industria, pero en la actualidad, solamente un periodista humano puede entender, expresar y replicar el peso y complejidad que tiene un reportaje con los sentimientos y emociones que lleva un suceso u hecho que requiera la labor periodística.

En dicha labor, el periodista tiene que estar inmerso en la situación que está viviendo la o las personas entrevistadas, conocer en lugar donde está parado y se convierte en un puente entre

la noticia y las personas involucradas, tiene que tocar fibras sensibles de los sentimientos humanos, Carlos Santiago habla de cómo es fundamental que el periodista tenga que estar de manera presencial en los hechos y crear un vínculo con las personas, Issa Osorio lo refuerza mencionando la importancia de tocar las fibras de la gente, conocer las historias locales, nacionales, conectar con la gente, mientras que Agustín Velasco indica que el periodista debe ser un generador de confianza, para que los entrevistados puedan realmente formar el ya mencionado vínculo humano que le haga querer hablar de su historia, su contexto y su sentir, es consciente que debe realizar preguntas incómodas y poder sobrellevarlas así como entenderlas, acciones que una inteligencia artificial no podría realizar y donde tiene mucho más peso la presencia del periodista.

4.2 La polivalencia y especialización: Nuevas expectativas y requisitos para los periodistas

Una de las razones por las cuales los avances tecnológicos en la comunicación presentan un problema para los periodistas no es directamente con la tecnología como tal, sino por una precariedad económica, así lo menciona Reyna Haydee Ramírez, puesto que los medios de comunicación van a orillarse a un escenario en el que puedan reducir costos. Para ella, si existe una máquina o una aplicación que permita reducir la masa salarial y la eficacia en cuanto al tiempo de realización de tareas básicas, los encargados de los medios preferirían esta opción y eso se debe a una precariedad económica, ya que el dinero que se mueve en estos es reducido para los diversos puestos, ahorrarlo sería una salida fácil como también menciona Marcela Nochebuena.

La misma Marcela menciona que el ahorro de recursos también puede plantearse cuando del lado del periodista no hay una posición activa por querer hacer periodismo, el dinamismo de estar a la vanguardia y la creación de notas que surjan de una creatividad e iniciativa para encontrar solución a problemas o situaciones complejas dentro del propio medio de comunicación, aptitudes y cualidades que no pueden ser emuladas por una inteligencia artificial y hace un distintivo al momento de realmente delegar roles y asignar trabajos en la labor periodística.

Adaptarse y evolucionar no es algo únicamente de la tecnología, más bien esta va mejorando con nosotros y adaptándose a las necesidades que tenemos, de la misma manera

nosotros aprendemos a utilizar dichas tecnologías con todas las ventajas que esta nos brinda, por lo que manejarlas cada vez más para nuestras actividades diarias se convierte en un elemento vital para las demandas de la vida actual, Agustín Olaís hace énfasis en que su labor periodística se vería mermada si únicamente utilizará herramientas convencionales como la pluma y el papel, no le permitiría captar toda la información y por lo tanto cualquier trabajo que presente puede llegar a ser más complejo por la retención de datos, situación que el manejo de un teléfono celular como él menciona, cumple dicha función.

Por ello, es indispensable que el periodista siempre esté en disposición de aprender, de evolucionar y aplicar todo tipo de nuevas tecnologías que vengan a su favor y poder ser vigente en el medio, Alejandro Jiménez hace hincapié en la importancia de poder leer todo, leer de todo y estar a la vanguardia siempre, aprender a hacer contenido en formatos específicos (*TikTok*), mejorar la edición, la manera en que funcionan aplicativos, de IA en particular (*DeepSeek*, *ChatGPT*, etc), todo en función de mejorar la calidad del periodismo, no sólo por lo que las nuevas tecnologías pueden realizar, sino por todas las características y cualidades únicas que sólo puede aportar el periodista humano, que nunca deja de evolucionar.

Conclusiones

Recapitulando en el desarrollo de este trabajo de investigación, se abordó la historia del periodismo en México, desde los códigos prehispánicos hasta la revolución digital que hemos experimentado a fecha de hoy; Julio del dos mil veinticinco. Se analizaron los contextos sociopolíticos que definieron cada etapa, con énfasis en el papel de la prensa como agente político y social. Posteriormente, se evaluó la calidad informativa en la era de la automatización, discutiendo los principios éticos, indicadores de calidad y los límites de la IA en la labor periodística. Se realizaron entrevistas a periodistas de diversos medios de comunicación, tanto de medios comerciales como independientes, en las que se nos compartió las experiencias laborales durante sus carreras periodísticas, así como las posturas que tienen frente a la IA.

Se exploró la evolución del modelo de negocio en los medios, mostrando cómo la IA afecta tanto la estructura financiera como los roles organizativos en las redacciones, observando la necesidad de adaptarse a nuevos modelos sostenibles. Finalmente, se reflexionó sobre el futuro del periodismo, identificando las habilidades clave para los profesionales de la información, como la ética digital, la programación y la polivalencia.

En esta reflexión hemos llegado a las siguientes conclusiones con respecto a los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación, donde partimos con el impacto de la IA en el periodismo y la transformación de los roles laborales.

Transformación de los perfiles profesionales: La adopción de herramientas digitales ha transformado el perfil del periodista, que ahora debe dominar plataformas multimedia, redes sociales y producción multiplataforma. El testimonio sobre el uso de cámaras digitales y herramientas de edición demuestra un desplazamiento hacia la eficiencia tecnológica. Se exige a los comunicadores dominar no solo el contenido sino también el formato y la distribución, integrando tareas que antes eran específicas de áreas técnicas. Cambian los tiempos de trabajo, el flujo de producción se ha acelerado; la inmediatez digital implica una disponibilidad constante y una adaptación continua a nuevas plataformas como *TikTok*, *Facebook Live*, etc.

Ahora los roles periodísticos están condicionados por algoritmos, datos de audiencia y el rendimiento digital, lo que redefine qué se publica y la forma en la que se mide el éxito de las editoriales y portales digitales.

Cambios en los paradigmas del sistema de producción: Los medios pasan de operar únicamente con infraestructura física y ciclos de producción tradicionales a un sistema más dinámico, escalable y dependiente de plataformas tecnológicas. Dichas plataformas se vuelven intermediarias dominantes, desplazando el flujo económico hacia los productores de contenido.

Las nuevas formas de monetización (muros de pago, micropagos, personalización de contenidos) implican que el sistema productivo esté en revisión constante, y aunque el tráfico aumenta, no siempre se traduce en ingresos, por lo que el modelo de producción volátil depende más de la interacción del usuario que de la calidad del contenido, por lo que la falta de autonomía lleva a la dependencia de generadores de contenido breve, fácil y viral.

Se hace énfasis en la segmentación de aquellos medios que cuentan con cierto poder financiero que se traduce a estos generadores de contenido automatizados y del *marketing* digital, frente a medios independientes que no tienen al acceso a estas herramientas, creando una brecha que afecta la diversidad informativa y la posibilidad de innovar de forma equitativa.

Consumo de carácter noticioso: El consumo informativo ha dejado de ser lineal y fijo en un horario en concreto, las plataformas digitales han tomado mayor relevancia frente a los medios tradicionales y se han posicionado como fuentes principales de noticias, generando audiencias móviles y diversas que consumen el contenido de manera continua e inmediata.

La IA permite el desarrollo de sistemas de recomendación bajo algoritmos, que adaptan los contenidos a los intereses específicos para cada usuario, aumentando el tiempo de permanencia y fidelización. Este enfoque transforma el consumo noticioso en una experiencia individualizada, dirigida por métricas de comportamiento.

El consumo personalizado corre el riesgo de encerrar al usuario en burbujas informativas, donde se excluyen voces disonantes y se debilita el pluralismo mediático. La rentabilidad informativa no puede desligarse del compromiso democrático del periodismo.

Perfiles y habilidades profesionales: Con base principalmente en las entrevistas realizadas a los periodistas profesionales, varios de ellos concluyeron en aspectos muy puntuales y habilidades que los periodistas actuales deberían adoptar y practicar para realizar de una manera más completa la labor periodística en la actualidad. Destacan los siguientes:

El periodista debe replantearse la ética periodística digital, verificar sus fuentes y comprobar la información antes de aceptarla y compartirla, esto le dará mayor profundidad a su labor y credibilidad a su nombre y medio.

Si bien la IA puede realizar ciertas tareas muy concretas, no puede sustituir la investigación humana ni su pensamiento crítico, debe presentar las noticias de manera estructurada en un formato responsable y ético. Debe ser capaz de captar la atención de las audiencias, sus titulares deben ser ingeniosos y atractivos pero sin caer en la falsedad, evitando los *clickbait*s. Su contenido tiene que ser conciso y directo pero sin perder el sentido y la profundidad.

El periodista también debe apelar a su humanidad para tener ventaja sobre la IA, la empatía para comprender las emociones humanas para presentar y entender las noticias con un toque de sensibilidad, conocer los contextos culturales sobre cómo afectan los eventos noticiosos a un sector en concreto y así saber cómo presentar la noticia. Por último debe ser un agente de confianza que pueda crear un vínculo con las personas entrevistadas, obteniendo testimonios más personales y reales que le permitan elaborar noticias más completas.

Respecto a nuestra hipótesis en la que planteamos el escenario en el que la IA si puede modificar algunos aspectos del periodismo en la actualidad, pero que estos cambios no necesariamente significan un desplazamiento total en las diferentes tareas y labores que tiene un periodista. Con base en la información recopilada de diversas fuentes hemos podido observar que el avance tecnológico en las herramientas específicas y cotidianas que se usan en la labor periodística siempre ha existido, ya que en la condición humana está el desarrollo constante y búsqueda de la mejoría y optimización de recursos para la facilitación de cualquier tipo de actividad, por lo que la implementación de todo tipo de herramientas será un agente fundamental en cualquier contexto laboral.

En este caso, efectivamente el ingreso de la IA como una de estas herramientas tuvo y está teniendo un impacto significativo en el ejercicio periodístico y los roles tradicionales que se realizan, aunque esto no necesariamente significa que existe un desplazamiento total en cada área específica del periodista en el que este rol se comprometa, sino más bien, se automatizan y agilizan ciertas tareas que dan mayor libertad al periodista de poder enfocarse en otras labores que requieran de su total atención y compromiso. En dichas labores también se encuentran las cualidades únicas e irremplazables que hasta el momento de la realización de este trabajo, una IA aún no puede suplantar, por lo que se requiere un trabajo en conjunto de las herramientas y tecnologías como la IA y las aptitudes y características humanas únicas del periodista para realizar el periodismo de una forma más completa, integral y que pueda utilizar todo elemento disponible a su favor.

Así mismo, como equipo hacemos énfasis en que el continuo avance de las tecnologías y herramientas está en un constante cambio y evolución, por lo que las características y capacidades de un agente como la inteligencia artificial pueden cambiar, avanzar y especializarse, haciendo imposible predecir cuál será su alcance, y si tareas que en este momento le son imposibles de realizar en un futuro lleguen a ser algo factible.

Tiene que considerarse entonces que esta investigación comenzó su recolección de información en las distintas fuentes bibliográficas, documentos, páginas web etc. entre el periodo de inicios de noviembre en el año 2024, seguido de la realización de entrevistas a periodistas profesionales, de medios comerciales e independientes así como su redacción y corrección finalizando en el mes de julio de 2025, por lo que cualquier cambio, avance o modificación en la información disponible, legislación y la propia inteligencia artificial fuera de este periodo de tiempo no fue considerado para la elaboración de este estudio de carácter prospectivo.

Anexos

Anexo 1. Entrevista a Issa Osorio

Medio de comunicación: Telemundo

Edad: 41

Lugar de Estudios: Universidad Iberoamericana

Rol: Corresponsal

Fecha de la entrevista: 28 de febrero del 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: Entrevistador (E), Issa Osorio (IO)

Inicio de entrevista

E: La convocamos aquí porque queremos saber su opinión sobre este tema. Pero antes me gustaría conocer más de su trayectoria. Este, me gustaría saber cómo fue su recorrido para llegar al periodismo.

IO: Eh, bueno, pues me presento mi nombre es Issa Osorio, mucho gusto. Actualmente soy la corresponsal principal de noticias para la cadena Telemundo, estoy encargada de la corresponsabilidad en México para la cadena que está en Estados Unidos.

Entonces, básicamente mi trabajo hoy en día es funcionar con la corresponsabilidad revisando todo lo que ocurre a nivel nacional en México en diferentes temas, ¿no? Política, seguridad, migración, narcotráfico, violencia, temas sociales, historias que impactan, ¿no?

Y a veces pueden ser buenas como por ejemplo el ejemplo más reciente el Macario, el muchacho barrendero que es una historia muy linda, que aunque es muy local pues tiene un gran impacto, ¿no? a nivel, en este caso, de público de Estados Unidos. O crímenes como el abandono del bebé en Tultitlán, que aunque son historias muy locales, pues por el tipo de violencia que logra tocar fibras sensibles, se vuelve un tema de interés para nuestra audiencia. Entonces, pues actualmente es eso.

Eh, llevo 18 años en el periodismo de televisión. Empecé... 18 años de manera formal, pero yo creo que informal como 23, yo creo que más que ustedes más de los años que ustedes deben de tener. Yo llevo bien esto. Y pues bueno, el camino no ha sido fácil, no es una trayectoria fácil. Yo igual que García Márquez creo que esto es un oficio. No sé si es el mejor oficio del mundo, pero sí es un oficio. Un oficio que se hace y se construye como el oficio del plomero, el oficio del electricista, el oficio que se hace todos los días, todos los días, todos los días. Esto es todos los días salir a la calle, buscar una historia, todos los días, salir a la calle y contar el acontecer del día.

Eso es lo que construye al final nuestra labor social. Y ya tocando el tema de la inteligencia artificial, yo creo que esa sensibilidad de salir a la calle, de tocar las fibras de la gente, de conocer esas historias y hacer de algo local, algo nacional, algo mundial, algo internacional, eso solamente lo logra una persona.

Un periodista que es una persona, porque la inteligencia artificial al final va a generar eh caras más bonitas, quizá personas más estéticas dando las noticias, ¿no? Al final un informe de un breaking news y de una extradición de capos o la muerte de un gran personaje, lo podrá ser perfectamente bien una inteligencia artificial, pero platicar con la gente, transmitir eso que indigna, ¿no? Eso que toca la fibra emocional, eh sensorial del público, es solo lo puede hacer un periodista, eso solo lo puede hacer una persona, ¿no? Cuando te cuentan esas historias que ustedes ven en la tele, que ustedes ven en redes sociales, que ustedes ven en Instagram y dicen, "¿Por qué abandonó a su bebé, ¿no? Cuando logramos esos comentarios de... "voy a omitir los adjetivos calificativos", pero ¿por qué ¿Por qué hizo eso, ¿no? Y que te toca, yo creo que solo puede ser una persona. Es la manera en que lo contamos, en que narramos, en que transmitimos y eso no lo puede hacer una inteligencia artificial.

E: Okay. De hecho, con tanta una trayectoria tan amplia como la de usted, me gustaría saber qué a qué cambios tecnológicos se ha enfrentado hasta el día de hoy aparte de la inteligencia artificial. ¿Una de ellas es la inteligencia artificial?

IO: Pues eh yo creo que no hay no hay tantos o bueno, no sé.sé porque creo que el más fuerte que nos estamos enfrentando los periodistas de la televisión lineal es el hecho de que las nuevas generaciones se informen a través de las redes sociales.

El periodismo está yéndose hacia el streaming, hacia el Facebook live, hacia el Instagram live, o sea, todas las redes, el TikTok, por ejemplo, o sea, hay muchísima gente que ve las noticias en TikTok, ¿no? Ya no es la persona que viene y que hace unos cuantos años se sentaba en un horario estelar y prendía las noticias para informarse en la mañana a media vía y en la noche. Ahora todo el tiempo no es necesario esperar un noticiero. Todo el tiempo la gente se informa.

Yo creo que ese es un cambio que estamos que estamos viviendo hace, no sé, una unos 5 años para acá, pero en este momento es cuando estamos en esta encrucijada de tenemos que dar el siguiente paso a la de la televisión lineal a la a la tecnología al celular, a la manera en que la gente se informa en estas noticias y es si es un cambio fuerte para para la persona, bueno, no sé, mi generación, porque de repente te tienes que cambiar como el chip, ¿no?

De algo que venía un lenguaje que tú venías utilizando, una manera de hacer la televisión y ahora hay que cambiar el chip porque si quieres sobrevivir, yo me considero todavía joven, creo que todavía me había un no será eh crecerá unos 15-20 años de seguir en esto y si no me adapto en este momento, o sea, yo creo que es como va vienen ya generaciones revolucionadas. Ya hay periodistas en este momento que editan con un celular y se graban y se ponen videos y con sus propios gadgets, ¿no? Ya salen a la calle, cuentan una historia, la editan, la suben a redes y ya, ¿no? Y yo todavía tengo que salir con un camarógrafo y me tienen que editar, ¿no? Y entonces yo todavía tengo que transcribir, hacer un guión cuando hay gente que ya no lo hace. Entonces, creo que es este momento es como clave para para dar el siguiente paso, como en su momento eh los periodistas de televisión transmitieron sin internet, ¿no? O sea, imagínate una cobertura donde no había internet, ¿no? Tenías que buscar la manera de conectar o, por ejemplo, me tocó todavía compañeros, camarógrafos, que editaban de cortar las cintas, pegarlas, es una edición, ¿no?

Entonces, claro que para ustedes ya ni siquiera es concebible y todavía me tocó ver esas máquinas entrando eh pues muy joven al medio. Ahora no, me ha tocado ver la evolución de mini cassettes. Ahora ya son tarjetas completamente digitales, ¿no? Pero, pues yo creo que el cambio más grande es ese, ¿no? La gente está dejando la televisión lineal para mudarse a las redes sociales.

E: Con todo este cambio que usted menciona últimamente, actualmente se ha visto implicada con algún proyecto que involucre la inteligencia artificial y si es así, ¿nos podría contar su experiencia?

IO: ¿Cómo qué tipo de inteligencia artificial?

E: Bueno, nosotros estamos investigando especialmente a las que apoyan en la automatización de redacción de noticias, pero también es de nuestro interés buscar inteligencias artificiales que automaticen, faciliten o incluso reemplacen la función de humanos en otros puestos periodísticos.

¿En ese sentido, alguna vez ha visto que se implemente la inteligencia artificial en algún proyecto en el que usted haya trabajado?

IO: Hasta ahora no. No, hasta ahora no, la manera en que todavía nosotros trabajamos es eh hay una es una persona, un periodista que escribe los guiones, es un periodista quien reporta la nota, es otro fotoperiodista quien graba. Hasta ahora todavía no nos hemos enfrentado a eso.

E: Entiendo. Entonces, eh Usted aún no nos ha visto en la necesidad de utilizar la inteligencia artificial para realizar ninguna de sus tareas.

IO: Todavía no.

E: Todavía no... Y esperemos que así siga, ¿no? Y hablando de eso, de hecho, ¿considera que la IA sea capaz de reemplazar al trabajo humano o en tal caso es solo una herramienta complementaria del trabajo?

IO: No creo que lo puedo reemplazar porque como les decía, o sea, al final el periodista siempre eh a lo largo del, O sea, las crónicas periodísticas que sobreviven, o sea, todo lo que queda de testimonio de la historia en los periódicos, en escritos mucho más antiguos, ¿no? Los periódicos. O sea, creo que siempre ha sido la sensibilidad del reportero, del periodista, quien ha hecho esta interpretación de un hecho, de una noticia, pues sí, de un acontecimiento, O sea, por ejemplo, no sé, la nota que quieras. O sea, la manera en que el periodista en ese momento la redactó, la leyó, la transmitió es una interpretación humana. O sea, en algún momento, aunque la inteligencia artificial sea quien dé las noticias o quien informe, nunca va a tener la capacidad de sentir esa noticia, de poder transmitir no sé, el dolor de una tragedia, por ejemplo, Otis, ¿no? Otis que fue un huracán que tocó muchos periodistas que teníamos mucha experiencia en huracanes y ver Acapulco devastado, todo destruido, o sea, yo creo que por mucha inteligencia artificial que vaya

todo lo que el periodista del medio que fuera le transmitió al público que no estuvo en ese huracán y que toda la gente se sintió un nudo en la garganta de ver a Capurro devastado, yo creo que fue por la manera en que el reportero narraba eso.

¿No? Y esa esa parte emocional siempre va a ser humana.

E: Como el factor humano dice, ¿no? El impacto que genera es distinto al hecho por una IA que se siente menos natural.

IO: Sí, o sea, te digo, aunque lo haga perfecto, ¿no?

O sea, aunque la inteligencia te sea en algún un momento, o sea, lo va a hacer perfecto. Tal vez nosotros como seres humanos cuando estamos haciendo un enlace en vivo, todavía te trabas, los nervios, ¿no? Los nervios siempre te traicionan. Tal vez a una inteligencia artificial nunca le va a pasar. ¿No?

Nunca le va a pasar y van a hacer figuras más estéticas y lo que quieras, va a hacer la redacción perfecta, sin faltas de ortografía, una estructura narrativa impecable, pero la forma de transmitir nunca va a ser el factor humano, esa esa fibra que al final como periodista es lo que te termina transmitiendo, la indignación, el coraje, el dolor, ver una tragedia, ¿no? O sea, porque lo que hacemos nosotros es contar historias humanas.

O sea, el periodista siempre ha narrado un aquí y ahora humano de un tiempo de la humanidad, ¿no? Hace 10 años, hace 20 años, hace 50 años cuando se cayó el muro de Berlín, O sea, cuando cayó el muro de Berlín la gente vibró y se emocionó y veía a la gente llorando porque al final el camarógrafo, el fotógrafo, el periodista ese momento es, "Señores, esto es histórico." O sea, el hecho de que una cámara enfoque a alguien llorando ya te está diciendo algo, ¿no?

Y si el periodista va ahí entrevistando, ¿Qué está sintiendo? No, emoción, porque se cayó el muro de Berlín y la gente gritando y hasta el reportero que en ese momento se le hizo un nudo en la garganta porque sabía lo que significaba 40 años de comunismo en un momento de lo que ha significado el muro de separación de familias, tristeza, ¿no? El periodista lo estaba transmitiendo cuando se cayeron los edificios aquí en el terremoto del 2017, ¿no?

Oiga, eh, o sea, el periodista capitalino que estaba narrando, entrevistando a las familias que perdieron familiares, que se les cayó el edificio, venía de una historia del 85, de una ciudad donde tiembla. Solamente alguien humano no puede entender eso, ¿no? Puede entender el miedo,

el nerviosismo que genera un temblor. Hoy tembló. Si tú hoy salías a la calle a entrevistar gente, o sea, oiga, ¿y cómo se siente?

Oiga, no, es que es tu ciudad, Dios mío, puede entender su nerviosismo, puedo entender que esté temblando, porque el mismo periodista lo siente y lo transmite. El papa. No, o sea, el papa Francisco estaba muy grave. No, ustedes son muy jóvenes, no conocieron al papa Juan Pablo II, no ¿verdad? No. ¿Sí? Bueno, son muy jóvenes, no creo que lo hayan visto. ¿O sí? Bueno, me parece que ya no está.

Bueno, ver al papa Juan Pablo II fue, yo lo vi dos veces. Y era una locura. Yo lo vi de adolescente. Cuando muere y lo hacen santo, obviamente me toca hacer la nota, entonces la gente lloraba porque se acordaba de haber visto a Juan Pablo y sentir la emoción, entonces yo les preguntaba: "oiga, pero cuando pasaba el papa y se sentía aquella multitud y se enchinaba la piel y se hacía un nudo en la garganta y sentías a Dios", y yo les preguntaba eso porque yo había sentido eso. Y les decía, "Y cuando sentía a Dios pasar por avenida Insurgentes", y la gente se soltaba a llorar. ¿Por qué? ¿Por qué la inteligencia artificial nunca va a poder hacer eso? Nunca va a poder tener este contacto con la gente, ¿No? O sea, yo salgo y entrevistó gente y les digo, "Oiga, qué nervios el temblor. Oiga, es horrible la sensación de sentir que se te cruza la pared y se te va a caer un techo." Y la gente claro que va a decir Porque yo lo he sentido. No, porque yo estoy como periodista conectando con las fibras emocionales de las personas. Y no es lo mismo y bueno, ¿Cómo se siente? Tembló 5.5 grados, epicentro en Coahuila, un terremoto que pudo haber sido y la gente no pues no conecta, ¿sabes? Y aún más como periodistas, eso es lo que ustedes van a prender en la calle, cuando conectan con la gente, cuando narran su dolor, cuando entrevistan a los padres de los 43 y a pesar de que nunca hemos vivido y ver a esa gente que sigue luchando por encontrar a sus hijos cuando saben que están muertos, es esa esas fibras que te van tocando y entonces tú puedes sentir empatía y puedes bajar el micrófono y abrazarlos y llorar con ellos.

Eso es algo que siempre va a ser parte del periodismo, o sea, es siempre el periodista tiene que tener esta parte, ¿no? Eh, creo que era Kapuściński, ¿no? Que solo una buena persona puede ser un buen periodista.

Porque esa es la manera en que en que conectas y de verdad hay gente que te abraza y te dice, "Gracias, gracias por contar mi historia, gracias por llevarle al mundo mi dolor, gracias por su

ayuda." O sea, hay gente que en las peores tragedias te abren las puertas de su casa, devastada, incendiada, que perdió un familiar y dice, "Por favor, entre para que la gente vea y me ayude." Porque esta es al final nuestra labor.

Esto es una labor social que la inteligencia artificial nunca va a entender. No es solo comunicar, lo que pasa, el hecho es transmitir lo que la gente siente.

E: Okay. Sí, entiendo. Es contar la historia de la vida de las personas. Mhm, y eh ¿Usted cree que el uso de estas tecnologías, de estas herramientas es eh afecta la credibilidad del periodista o a su ética?

IO: Eh Es que yo creo que en algún momento como nos hemos adaptado a O sea, el periodismo se ha adaptado a muchos cambios. Yo creo que en algún momento tendremos que adaptarnos, pero si tú me preguntas a mí si la usaría, yo creo que usaría la tecnología, la tecnología como para transmitir eh redes, internet, no sé. Pero creo que sí se necesita siempre pisar la calle, pisar el lugar de los hechos, pisar el lugar de la tragedia, estar. No puede reemplazar eh con inteligencia artificial un reportero porque nunca va a ser lo mismo.

E: Entiendo. Y bueno, hablando de del futuro y de cómo se van a tener que empezar a utilizar estas tecnologías, me gustaría que nos diera su opinión de cómo cree que va a ser el ambiente periodístico con el avance tecnológico dentro de 5 o 10 años.

IO: Pues hm Creo que va a ser más el periodismo la gente va a tener, o sea, se va a informar más a través... no va a, no va a desaparecer la televisión lineal como no ha desaparecido la prensa, pero, sí creo que va a haber una mayor migración hacia el contenido digital. A pesar de que hoy en día hay mucha generación de contenido, sí creo que debe o debería haber una necesidad de profesionalizar más esa generación de contenido. ¿No? Hay mucha gente, voy a hablar solamente del tema de noticias que transmiten hechos noticiosos, hechos informativos, pero creo que siempre tiene que haber esa ética y ese profesionalismo del reportero. O sea, a pesar de que haya estos estos instrumentos o estas herramientas tecnológicas, creo que el eh la ética de comunicador siempre debe de estar en primer lugar y también la experiencia.

A pesar de que nos vamos haciendo viejos en esto, eh creo que un periodista lo más importante que debe de tener es su experiencia, porque él oficio se hace todos los días. Todos los días vas y encuentras una historia, todos los días eh, un día te toca una extradición, por ejemplo, yo en todos mis años de carrera nunca había visto una extradición de 29 narcotraficantes.

¿No? Entonces, ¿Cómo le cuentas al público que extraditaron a 29 narcotraficantes? Me tocó la extradición del chapo. Me tocó la extradición de uno de sus hijos, ¿no? Me, pero 29 narcotraficantes, ¿entonces cómo le explicas a la gente por qué es importante? Hoy en día puede salir cualquier persona a hacerlo impecable y decir, "Extraer a 29 narcotraficantes desde Caro Quintero hasta el Z40, el Z42." Pero solamente un periodista experimentado en años, en coberturas de este tipo te va a decir, "¿Por qué es importante que Caro Quintero esté en Estados Unidos? Porque la DEA lo quiere hace 40 años, porque mató a uno de sus agentes. ¿Por qué se lo está dando la presidenta hoy?"

¿Qué hay detrás? ¿Por qué él, que es una figura tan importante para la relación bilateral? ¿Qué significa este narco en esta relación política de narcotráfico cuando un presidente de Estados Unidos está declarando terroristas a los narcos? ¿Por qué Caro Quintero, ¿no? ¿Quién es este personaje? ¿Qué significa para la historia contemporánea de México y Estados Unidos?

Es un personaje importante en la relación bilateral, es un personaje mediático, ¿sabes? Solamente alguien que tiene muchos años, o sea, no estoy diciendo que yo hoy tenga todos los años, pero la experiencia es lo que te va dando, ¿no? Por eso digo que es un oficio de años. Entonces, yo creo que, a pesar de la tecnología, a pesar de la inteligencia artificial, dos cosas nunca deben de perderse en esta carrera del periodismo.

Una es la ética, dos la experiencia. Los años que construyes y haces en este oficio.

E: Ética y experiencia, ¿usted considera que esas son aptitudes necesarias para las nuevas generaciones de periodistas?

IO: Sí. Sí, yo sí les recomendaría a los jóvenes que quieren ser comunicadores, que quieren ser periodistas, reporteros, fotógrafos, camarógrafos, editores. Yo creo que la ética es muy muy importante, no importa si estás detrás del texto, delante de la cámara o eres el fotógrafo.

Hay muchas cosas que a veces tú los jefes editoriales deciden muchas cosas, ¿no? Por eso son jefes editoriales. Pero hay muchas cosas que tú como no es censura, pero sí hay un primer filtro que tu sexto sentido, tu instinto, tu ética te dice, "No puedo pasar esto." ¿No?

A mí me tocó una historia personal de una mujer con cáncer terminal que tenía una situación migratoria irregular en Estados Unidos, llega Trump y ella decide reportarse para venir a morir a México. La familia muy linda nos abrió las puertas de su casa, nos dejó entrevistarla todo. Y entonces yo no yo no tuve el corazón para grabar La señora estaba en una situación en una

condición física eh muy mal, muy mal y a mí me partió el corazón ver a sus hijos que estaban esperando que sabían que su madre iba a morir en cualquier momento. Y yo no tuve el corazón para grabarla en ese estado. ¿Sabes? O sea, de obligarla a decir algo, o sea, que me dijera me decían, "Oye, pero le entrevistaste." ¿Sabes qué? No, no se pudo. Pero no tuve el corazón para meterme con una cámara y grabar a la señora. Cuando sabía que estos muchachos en cualquier momento iban a perder a su madre. El niño de uno de los muchachos me dijo, "Es que a mí me hubiera gustado que mi mamá me hubiera visto casarme." Y yo en ese momento me sentí tan feo que dije, "Dios, ¿por qué?" O sea, bueno, siempre son circunstancias así, ¿no? Que narras de mucho dolor y dije, "Yo no Yo no puedo hacer esto." ¿Sabes? No puedo, no puedo ver que ellos van a perder a su madre y obligar a estar señora, a dar una declaración, meterme con una cámara porque la cámara siempre es invasiva. Y dije, "No, yo no puedo hacer esto." ¿No? Entonces hay cosas que tú solo te vas a enfrentar y otra vez eh unos migrantes cosiéndose la boca. Una imagen muy fuerte porque se meten en la aguja cosiéndose la boca, ¿no? Y yo lo grabé. Y era muy fuerte, ¿no? Una imagen muy fuerte para la televisión, y me regañaron por qué lo metiste y ¿sabes por qué? Porque es la desesperación de la gente por una vida mejor, por una oportunidad, porque quieren llegar a Estados Unidos, porque salieron de sus países, porque están sumidos en la pobreza, en la desesperanza y coserse los labios es un acto de decirle al mundo, "Estamos desesperados, ¿no?" Y por eso lo hice.

Entonces, son cosas que se van a enfrentar y creo que a veces es esa ética, es esa formación como seres humanos que cada uno tenemos, lo que nos da esos valores de al momento de contar algo, no censurar, pero yo creo que sí narrarlo desde una perspectiva más humana, más sensible.

E: Entiendo. Okay. Okay.

Muchísimas gracias. Primero que nada, este para ya no estarle robando más tiempo, que estamos muy agradecidos, por cierto. Este, quisiera ir con una última pregunta. ¿Le parece bien?

IO: No, las que quieras. No sé solo por qué se lo preguntas tú. Ah, bueno, es que así así decidimos hacerlo en esta ocasión. ¿Y alguien tiene otra pregunta de tus compañeros adelante, eh? No tengo problema.

E: Perfecto, muchas gracias. Pero Bueno, continuando, me gustaría saber si tiene algún comentario que quedara al respecto al tema sobre el avance de estas tecnologías, sobre la inteligencia artificial en el en el medio. Si tiene algún mensaje que quiera expresar, ¿algo?

IO: Híjole. Pues digo, yo creo que en algún momento pues la humanidad, eh, antes de cada descubrimiento o tecnológico pues siempre nos hemos asustado, ¿no? Como humanidad, ¿no? Ante la tecnología. Probablemente me asuste en este momento eso, pero yo creo que en algún momento no sé si me va a tocar a mí. Te digo, yo creo que me quedan como 15 años en esto. Pero yo creo que en algún momento nos tendremos que adaptar. Aunque asusten las cosas, pero creo que sí, aunque la inteligencia artificial va a estar en todas las carreras, no solamente en el periodismo. Yo creo que siempre eh el factor humano, la fibra sensible es lo que no puede ser rebajada por nada y a pesar de que la tecnología hoy en día permite cirugías maravillosas permite salvar bebés en el vientre materno, o sea, la tecnología ha sido maravillosa en muchos sentidos. En la medicina, en lo que quieran, pero yo creo que como humanidad tenemos que esforzarnos por ser mejores personas. Creo que en esa parte nos falta todavía mucho, mucha ética, mucha responsabilidad social en todos los sentidos, ¿no? Como como las nuevas generaciones siento que eso se está perdiendo mucho. Eh, tengo un hijo pequeño de 3 años y creo que veo a veces el comportamiento con otros niños de la edad y hay mucha irresponsabilidad de nosotros como padres. Entonces, creo que tenemos que evolucionar en nuestros valores, en nuestra ética, porque solamente así podemos manejar esa tecnología. Si no la tecnología va a terminar manejándonos a nosotros.

E: Okay, perfecto, muchísimas gracias.

Anexo 2. Entrevista a Agustín Velasco

Medio de Comunicación: Uno TV

Edad: 47

Lugar de Estudios: UNAM

Rol: Periodista y presentador de noticias

Fecha de la entrevista: 05 de marzo del 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: Entrevistador (E), Agustín Velasco (AV)

Inicio de entrevista

E: Bueno, muchísimas gracias por acceder a esta entrevista, primero me gustaría conocer cómo ha sido su recorrido para llegar al periodismo,

AV: Okay, bueno, déjame empiezo a presentarme, soy Agustín Velasco, tengo aproximadamente 16 años en los medios de comunicación, inicié como redactor en radio. Luego me fui a prensa escrita, también esté muy temprano hice televisión, estuve en un portal de internet, también he sido guionista de radio y ahorita estoy como reportero en UnoTV.

Este, he estado en medios como Radio Fórmula, Proyecto 40, Publimetro, La Silla Rota, Efecto Noticias. También he colaborado para fundaciones extranjeras como: La Network en Colombia y ahora estoy aquí en UnoTV.

En UnoTV me ha tocado ser reportero de la fuente presidencial con Andrés Manuel López Obrador, me tocó cubrir la campaña presidencial.

También estuve cubriendo ya cuando gana la elección y se convierte en presidente de la república, me tocó cubrir el primer año y medio de presidencia. Eh, tengo experiencia en coberturas internacionales. El año pasado me tocó cubrir los Juegos Olímpicos de París 2024. Entonces, pues bueno, ya llevamos un ratito aquí y este es un poco de mi trayectoria, ¿no?

Actualmente estoy cubriendo el proceso electoral judicial en el Instituto Nacional Electoral y también haciendo notas especiales sobre eh políticas locales del gobierno capitalino, también con temas del agua, ¿no?

Hace poco estuvimos trabajando en un documental sobre el consumo del agua embotellada en la Ciudad de México, pero básicamente me especializo en temas de política, de gobierno y también he explorado bastante el área de transparencia. Esa es mi semblanza.

E: Ok, bueno, y a lo largo de estos me dijo que tenía alrededor de 16 años, ¿no?

Eh, yo sé que obviamente es joven usted, pero aún así a diario nos enfrentamos a cambios tecnológicos, ¿no? Por ejemplo, la IA realmente es algo que no veíamos venir, poco después de la pandemia se empezó a conocer este efecto, pero realmente la inteligencia artificial tiene muy poco tiempo y existen muchos ejemplos así, ¿no?.

Entonces, a pesar de que, bueno, sea joven, desde que inició su labor periodística y hasta el día de hoy, se ha enfrentado a algunos cambios tecnológicos eh pues sí, justo en su labor periodística, no sé, a lo mejor si antes hacía su trabajo de otra forma y ahora con nuevas tecnologías ha cambiado en su forma de trabajar.

AV: Sí, claro, y eh de hecho lo que estamos haciendo ahora, tú y yo, platicando a través de esta videollamada, es algo que cuando yo inicié en el periodismo, pues era algo que era muy extraño, no era común que tú entrevistaras a alguien vía videollamada, ¿no? Siempre tenías que estar en el lugar o lo más que pasaba era que hacías una entrevista telefónica. Pero ahora las cosas han cambiado.

Eh, es muy común que podamos comunicarnos así, como lo estamos haciendo ahora. Recientemente he visto las herramientas que están utilizando ya muchos compañeros para transcribir audios, audios de conferencias de prensa, audios eh que les manda sus entrevistas por WhatsApp, etcétera.

Entonces, sí, yo creo que la pandemia fue un punto de inflexión que revolucionó el tema del uso de las tecnologías de las nuevas tecnologías como herramientas para los periodistas, si bien es algo que ya se venía haciendo, eh pues eh me parece que se revolucionó con el tema de la pandemia cuando tuvimos que estar en casa y desde casa empezar a hacer este otro tipo de coberturas, ¿no?.

Pero sí, sí me sí me he enfrentado en muchas ocasiones, sobre todo ahora con este asunto de qué eh pues también los riesgos de que te manden un audio y le entiendo que la inteligencia artificial ya puede trucar estos audios, te puedes encontrar con audios o con fotografías o con videos que

no son reales, ¿no? Entonces, eso también te lleva a ti o te llama a ser más riguroso con tu trabajo.

Y todos los días es un reto porque todos los días tienes que descifrar si el audio, la foto o el vídeo que te están mandando tus fuentes es real.

E: Ok, muchísimas gracias. Como menciona realmente desde la pandemia revolucionó.

Pero sí nos hemos enfrentado a muchos cambios tecnológicos y que a veces uno pues dice, "Somos jóvenes, pero realmente los cambios o la tecnología avanza demasiado rápido". Eh, bueno, ahorita mencionaba que algunos de sus compañeros como que utilizaban algunas herramientas para transcribir audios, algo así.

¿Usted específicamente ha utilizado herramientas de inteligencia artificial eh ajá, justo si las ha utilizado o ha realizado algo o ha realizado su trabajo periodístico con algunas con ayuda de estas, pues no son aplicaciones pero sí de algunas herramientas de inteligencia artificial.

AV: Fíjate que no, lo he estado pensando y no no las he utilizado porque una porque mi trabajo es más como en la calle ahora, justo ahora es más como en la calle, ¿no?. Este y yo en la calle, pues tú estás ahí en contacto con la noticia, ¿no? En el hecho, en el sitio. Eh, creo que creo que eso aplica mucho para quienes procesan datos.

Creo que los compañeros que se dedican a temas de procesamiento de datos, o un poco más de periodismo de investigación o encontrar documentos, eh quizás sí lo utilicen más, pero eso también me lleva a la siguiente reflexión. Si son herramientas que facilitan tu trabajo, pero también son herramientas que representan un gran riesgo para el periodismo, ¿no?

Por ejemplo, eh te contaba de los compañeros que tengo actualmente en la chamba y que ya meten su audio, el audio de la conferencia y se los transcribe todo, ¿no? Sin embargo, eso es como tener muchos puntos ciegos. Es muy diferente que tú escuches una conferencia, pongas atención y sepas que en el minuto 32 de tu conferencia, está la nota y ya sabes a dónde ir, ya sabes cómo buscar y ya sabes lo que vas a transcribir.

En el caso de los compañeros, muchas veces esperan a que les transcriba todo el texto del audio, les entregan un machote gris de letras y de palabras y en realidad no están procesando la información, solamente están capturando una información y transcribiendo, pero sin ser ellos un filtro que finalmente creo que es en lo que nos estamos convirtiendo los periodistas, en verificadores de datos y ahí hay el riesgo de la inteligencia artificial. Que a muchos compañeros

les está facilitando tanto el trabajo que ya no necesitan hacer eso de verificar la información que ellos mismos están trabajando.

E: Ok, y que incluso ahorita el ejemplo que nos comenta. Por ejemplo, en las mañaneras la presidenta actúa de tal forma., igual justo ahorita me pongo a reflexionar.

A veces igual cuando alguien, por ejemplo que la presidenta da un discurso, también a veces tiene cierta intención, ¿no? Cuando nosotros hablamos el lenguaje corporal, eh las expresiones que hacemos igual demuestran algo, ¿no?. Entonces, como menciona usted, pues también es algo que la IA realmente no va a poder hacer, ¿no?. Porque como solo procesa la información, pero no te vas a ver, y la presidenta a lo mejor estaba enojada, o esa pregunta le incomodó, o la presidenta se mostró optimista al responder la pregunta.

AV: Sí, exactamente. Creo que este asunto de la llegada de las de la inteligencia artificial ha habido muchos foros, ¿no? Y no de ahora, sino de 2, 3 años para acá sobre el riesgo que puede representar.

Sin embargo, yo también he visto que representa también una gran oportunidad, una gran oportunidad que es como una especie de tierra fértil para que crezcan las virtudes del ser humano.

Entre esas virtudes están las de esto mismo que tú comentas, ¿no?. De saber a qué huele el lugar donde estás. De saber cuál es el ambiente que se que se siente, la tensión, eh de saber si hay alegría, si hay tristeza. Eso la inteligencia artificial todavía no lo puede hacer. ¿Dónde se puede atrincherar el periodista o el reportero?, a mí me gusta más llamarlo reportero. ¿Dónde se puede trinchar el reportero ante la llegada de la inteligencia artificial? Pues en su espacio natural en la calle.

Es decir, sí, la inteligencia artificial te puede hacer una nota, te puede hacer un reportaje, incluso estaba viendo que ya puede hacer reportajes de televisión o de radio, ¿no? Pero la inteligencia artificial no puede estar ahí en la calle cuando acaba de haber un sismo de 7.9°. Y saber qué es lo que ocurre y saber a qué huelen los edificios, si huele a hierro, si hay polvo, si hay a qué se percibe el miedo de la gente, ¿no?. Eso no lo puede hacer todavía y esa es la trinchera donde puede estar no solo el reportero, sino el ser humano, ¿no?

Estas virtudes de verificar, de pensar, porque mientras la inteligencia artificial procesa, el ser humano piensa. Y eso es algo son dos procesos muy distintos.

E: Justo, ¿no?. Igual, por ejemplo, en la mañana que nos encontramos, yo veía como entrevistaba a los fieles de lo del miércoles de ceniza, pues también justo, ¿no?. Ella no va a entender o no va a dimensionar, cómo es que hay gente que va con una fe o con una devoción, vaya. Entonces, sí se entiende el punto de que realmente el reportero se puede atrincherar ahí, ahora sí que es la pues es la virtud del ser humano como nos comenta.

AV: Fíjate que hace poco en un medio en el que yo trabajé, hace algunos años y digo hace poco porque me enteré hace poco que todas las notas que nosotros publicamos y lo voy a decir abiertamente, es el portal La Silla Rota. Eh, yo trabajé ahí durante unos dos o tres años más o menos. Publiqué muchas notas, eh, muchas historias, reportajes, entrevistas.

Incluso publiqué algún reportaje que se hizo eh que se publicó, luego lo retomaron en un medio de Francia y lo publicaron allá en una revista internacional. Y luego por alguna razón editorial el dueño del portal decidió que todos los artículos que había en la plataforma iban a aparecer ya sin nombre del reportero.

Entonces, solamente todos los artículos que aparecen con el nombre de redacción.

O sea, esta manera de la información de ser anónima a partir de esa decisión con la llegada de la inteligencia artificial, el nombre del reportero retoma toda la importancia del mundo, es decir, con la llegada de la inteligencia artificial representa la oportunidad para que la gente confíe en tu nombre nuevamente, es decir, tú ya no puedes quitarle el nombre a una nota, a un reportaje, a una investigación. Porque entonces, ¿Cómo va a confiar el lector en ti?

Lo que tú, lo que uno tiene que hacer a partir de ahora es que el nombre del periodista y esta es una gran oportunidad, es un es un área de oportunidad enorme, es que el nombre del periodista va a volver a tomar la fuerza que tuvo en algún momento. Es decir, "esta nota la escribió Agustín Velasco. Ah, bueno, yo confío en Agustín Velasco como periodista como reportero.

Entonces, sé que la nota o los datos, sé que la entrevista está verificada y que no es una información fake que se haya producido a través de un procesamiento de datos".

Este ejemplo me parece que viene muy a cuenta porque tanto el nombre del reportero, como el del medio para el que trabajas viene a tomar una relevancia importantísima que no tuvo o que o que mejor dicho perdió hace algún tiempo porque la gente dejó de confiar en los medios de comunicación.

E: Ok, esto nada más como para confirmar, ¿Cree que el público va a percibir de manera diferente noticias generadas por ella?. O sea si Agustín Velasco escribió una nota informativa y hay otra nota informativa del mismo tema, pero es generada por una IA, ¿Considera que el público la va a percibir de manera diferente? Bueno, ya comentó que sí, pero no sé si podrá confiar.

AV: Sí, sí, más bien, esa es tu chamba como reportero. O sea, que tú puedes ver a la gente y le digas, "Hey, tú puedes confiar en mí." Tú puedes confiar en mí y tú puedes confiar en que yo te voy a traer datos verificados, yo te voy a traer información real, yo te voy a traer entrevistas que no son fakes, yo te voy a traer, o sea, ese producto que la gente consume, tu nombre es la garantía de que tú le estás dando e información útil a la gente, información que puede consumir con toda la confianza de que no está generada por una inteligencia artificial.

Eso es parte de la chamba del reportero a partir de ahora. Bueno, a partir de no solo de la llegada de la inteligencia artificial, eso hay que decirlo. Este asunto de ser verificador de datos ya lo veníamos haciendo. ¿Por qué? Porque antes de que la inteligencia artificial irrumpiera con la fuerza que lo está haciendo ahora, pues bueno, ya había youtubers, ya había influencers, ya había personajes por ahí en el internet que pues hacían una labor informativa o pseudo informativa que no muchas veces estaba o tenía el rigor que debe de tener un trabajo periodístico, lo que incluso los mismos gobernantes, ¿no?.

Entonces, lo que nos tocaba hacer ya desde hace un tiempo para acá a los reporteros era verificar si esa información que te está dando el presidente o la presidenta en su conferencia matutina es real, ¿no?. Si lo que te está diciendo concuerda con la realidad, concuerda con los datos oficiales, incluso del mismo gobierno, ¿no?.

Pero te digo, o sea, este asunto de verificación de datos y esta competencia, por así llamarlo, de en qué periodista sí puedo confiar, ya se venía dando incluso antes de la inteligencia artificial antes de que irrumpiera con la fuerza que está irrumpiendo ahora, ¿no?. Te digo, verificando datos que otras personas comunican sin el rigor que tú estás obligado a tener como periodista.

E: Ok, y bajo esa respuesta que me acaba de dar, ¿Piensa que la inmersión de la inteligencia artificial en los medios de comunicación afecta?, bueno, creo que ya ya me dio la respuesta, ¿no?, pero ¿Cree que afecta la credibilidad de la noticia y de la ética periodística?

O sea, si un periodista utiliza IA y otro periodista no la utiliza o o vaya si hace su labor con ayuda de la IA o sin ayuda de la IA ¿Considera que pierde la credibilidad la noticia o inclusive la ética del periodista?

AV: Pues mira, yo creo que mucho de la credibilidad, quizá el 90% de la credibilidad está en el nombre del reporte.

Entonces, eh yo creo que estoy muy convencido de que una inteligencia artificial no podrá sustituir nunca el pensamiento humano.

Entonces, en ese sentido, creo que mientras la inteligencia artificial no pueda percibir olores, no pueda percibir sentimientos, no pueda percibir dónde está el riesgo, dónde está la noticia, etcétera, etcétera, etcétera. Eh, creo que los periodistas vamos a seguir siendo fundamentales y vamos a estar aquí, ¿no?.

Ya sea para hacer investigación o para verificar los datos que se están publicando sin que pasen por un proceso de rigor periodístico que lo requiera.

E: Ok, y si bien nos dice que no cree que todavía los reporteros, los trabajadores de la comunicación van a ser reemplazables en un futuro, pero cree que de alguna forma va a impactar en el trabajo y en las redacciones de las noticias o en los medios de comunicación en los próximos años, que llegue la IA o que se desarrolle cada vez más, ¿De qué forma cree usted o piensa que va a impactar?

AV: Ya está impactando muchísimo, pero también hay que diferenciar. Una cosa es el periodista, el reportero y otra cosa es el medio de comunicación. El medio de comunicación no necesariamente publica o difunde productos que son noticiosos, ¿no? Pueden ser artículos como más de antojo. Turismo, este tiempo libre, deportes, etcétera, moda, ¿no?, espectáculo. O sea, que se salen un poco de este asunto del de la realización del periodismo duro, ¿no?. Ya está impactando muchísimo, yo creo que muchos de los medios pues lo que quieren generar es clicks y consumidores y views, ¿no? Eso es lo que les interesa, o sea, son empresas al final de cuenta, ¿no?.

Y los periodistas por otro lado también están tomando estas herramientas para apoyarse en su trabajo. Pero tiene que quedarse ahí como apoyo, como herramientas. La inteligencia artificial no puede sustituir, ni tampoco debemos seguir permitiendo que lo haga, ¿no?. Se dijo primero que

en la primera mitad del siglo pasado, con la llegada de la televisión, el radio y la prensa escrita iban a desaparecer. Al final no desaparecieron, se complementaron.

A mí me parece que a largo plazo la inteligencia artificial también se va a acoplar como una herramienta de trabajo para el periodista, pero depende mucho del humano, del reportero, de mantener su credibilidad, ser contrapeso de este tipo de nuevas tecnologías, ¿no?.

Perdóname, he estado mencionando mucho reportero y periodista. Déjeme hacer un paréntesis para explicarte por qué. Yo me asumo como reportero y yo soy reportero, ¿por qué? Pues porque reporto, salgo a la calle, busco historias, trabajo, entrevistó, he publicado notas, hago reportajes, ¿no?. Para mí el término periodista es un reconocimiento que se hace de la sociedad a ese reportero. Yo no soy periodista nada más porque yo diga que soy periodista. Ser periodista es un reconocimiento social. Yo soy reportero hasta que se demuestre lo contrario, cierro paréntesis. Por eso hago la acotación para no confundir.

E: Ah, ok. y ahorita que comenta de esto, ¿no? De que se quede como herramienta, realmente medios que han intentado sustituir es tajantemente a la labor periodística o la labor de los reporteros, pues ha fracasado, ¿no? Por ejemplo, hay un caso muy concreto de Russia Today, del medio ruso que sí generó a una presentadora virtual generada por IA y fue un fracaso, se llamaba Anastasia. Ajá, entonces fue un fracaso realmente, ¿no? Y varios medios como menciona, pues sí realmente la están utilizando, pero así que hayan tenido un éxito total, pues no porque justo las virtudes que tienen los periodistas o los reporteros eh hacen que sean irremplazables, ¿no?.

AV: Exactamente, o sea, y de nosotros creo que depende mucho de nosotros ser irremplazables. Ahora que me mencionas este caso, hace ratito leí una frase que decía, "No le temas al robot, mejor cuida a su amo." Entonces, depende mucho del ser humano hacia dónde hacia dónde camina todo este asunto de la inteligencia artificial. Creo que ha llegado para revolucionar campos como la medicina, ¿no?, donde se requiere muchísima investigación.

En el tema de la seguridad me parece que es indispensable, ¿no? Sin embargo, hay otros campos como el campo nuestro, la investigación, el periodismo, donde el factor humano me parece que es irremplazable.

E: Ok, y bajo esto que me comenta, ¿Qué actitudes considera esenciales para que los reporteros, los periodistas se adapten y se preparen para este nuevo entorno laboral impulsado por la

inteligencia artificial? Porque bien o mal eh pues son herramientas que a lo mejor y periodistas actuales o reporteros actuales eh no tienen vaya conocimiento, ¿no?.

Pero los reporteros del futuro, los periodistas del futuro eh ¿Qué actitudes considera que necesitan tener para que puedan enfrentarse, puedan estar inmersos en el campo laboral?

AV: De entrada creo que tendrían que asumirse como generadores de confianza, generadores de confianza para el lector, generadores de confianza para el televidente, para el radioescucha, ¿no? Es decir, que al momento en el que el radioescucha encienda su auto stereo, encienda la televisión o abra su iPad, sepa que el hecho de que te vea a ti o que lea un artículo escrito por ti o que escuche tu voz sepa que puede confiar en ti.

Lo que decíamos hace un rato y sobre todo creo que profundizar en los principios del periodismo, los principios éticos del periodismo que hoy más que nunca tienen que reforzarse, ¿no? Me decías, me voy a regresar un poco al inicio de la plática, me decías eh en la UAM nos dan una embarradita de tres semestres de cada área, ¿no?

Sin embargo, algo me gustó me gustó algo de ti que es que yo te conocí en la calle, no te conocí en un aula, ni me mandaste WhatsApp, ni nada, sino que estabas ahí en la calle, ¿no?. Y entonces eso es reforzar los principios del periodista y del periodismo. El lugar del periodista está en la calle. El lugar del reportero está en la calle. Esos principios se tienen que reforzar, ¿para qué?, pues para sobrevivir a este y otros momentos.

Eh, ser generador de confianza es estar ahí, estar en el caminar, estar en escuchar a la gente, estar en ser curioso, el periodismo siempre va a querer saber más. Este, el periodista siempre va a hacer esa pregunta, como tú lo decías en algún momento, va a ser eso que no hace la inteligencia artificial. Va a hacer una pregunta incómoda.

Entonces, pues bueno, creo que esa es una manera de blindarse, quizás de salir adelante en este contexto o en otro.

E: Okay, y de hecho sí, o sea, igual ahorita lo que me comentan muchos maestros, bueno, varios, algunos me han dicho, "Es que el periodismo sí se hace en la calle, ¿no? Y a veces se olvida o se pasa por alto eso, ¿no?.

El periodismo desde las aulas, específicamente en la UAM, luego es como el periodismo se hace desde aquí. O lees las noticias en internet y tú generas otra nota, pero justo pues eso no sirve realmente de nada porque como dice la noticia está en la calle, ¿no?.

Y sí, pues la mañana antes de estar en la Catedral, me fui a Palacio Nacional para igual cazar o pues yo le llamé así, ¿no?, cazar como a los reporteros y todo eso. Bien o mal aunque sea estudiante, sentí lo que se siente, ¿no? Tengo que abordarlos, tengo que quitarme la pena y abordarlos, ¿no?. Porque inclusive hasta tuve que mentir, como estaba bardeado Palacio Nacional y como ahí está la Casa de la Primera Imprenta de la UAM, entonces tuve que decir, "Voy a ir a la Casa de la Primera Imprenta." Aunque no fuera, ¿no?, pero fue para que me dejaran pasar

Pero pues justo, ¿no?, como que tengo que tener ese acercamiento y es lo que igual me dicen muchos maestros: "Igual a veces, o sea, tú vas a tener que explicar que voy a tener que entregar unos cafés con tal de conseguir la nota", que no siempre es tan fácil o no te dan acceso tan fácilmente.

AV: Sí, eh mira, lo que haces es un atisbo de lo que te espera cuando salgas de la carrera, si te quieres dedicar a ser reportero. Este, yo te ponía el ejemplo de tu compañera también que me buscó la semana pasada, bueno, una de tus compañeras de la UAM que me buscó la semana pasada y me dijo, "Oye, es que te queremos seguir en un día para saber cómo hacer un reportaje." Le dije, "Bueno, de entrada, este, el reportero nunca es dueño de su tiempo, ¿no?" Este, en primer lugar.

En segundo lugar, un reportaje no se hace en un día. A lo mejor te puedo invitar a que me acompañes a que cubramos una conferencia, ¿no? Algo vas a ver cómo cubrimos la conferencia, cómo hacemos preguntas y luego cómo redacto la nota. No, pero tiene que ser el viernes. El reportero nunca es dueño de su tiempo, ¿no? O sea, si un reportero te abre un espacio en su agenda eso eso lo vas a vivir como reportero siempre. ¿No?

Nunca vas a saber si ahorita tú y yo estamos platicando y de repente tiembla te voy a tener que colgar porque hay algo importante que atender, ¿no? Este, le ofrecí que fuera al estudio a ver cómo se hacía un noticiero y me dijo que no. Eso es falta de olfato periodístico.

Si ella fuera una reportera y yo fuera su jefe de información y me dijera, "Oye, es que me invitaron, pero les dije que no porque no podía, tenía que ser en viernes." Yo ya lo hubiera corrido, ¿no?. Sí tienen muchas razones tus jefes en decirte, "Pues ingeníatelas, ve, sal a la calle, investiga, ubicalos, pregúntales, este invéntate que vas a pasar nada más al baño, pero pasa. Pasa porque la nota no va a ir por ti.

-E: Y de hecho sí me apasiona mucho esto. De hecho ahorita yo estaba trabajando, pero como me comentó que le podía hacer la entrevista ahorita, pues dije, "Voy a pedir permiso." ¿No? Porque yo obviamente al contrario estoy muy agradecido de que haya accedido a la entrevista y no voy a decir, "No, mañana o pasado mañana."

Entonces siento que sí es algo y que realmente como como dice en un futuro tengo que tener esa pues como decía, no el reportero no es dueño de su tiempo porque la noticia se puede generar en cualquier momento y sobre todo si te dedicas a esto. Una periodista que entrevistamos, ella nos contó que entrevistó a Caro Quintero y que la entrevista la persiguió por 5 años mandando cartas a la prisión y todo eso. Entonces decía, "O sea, yo creo que realmente si en la madrugada le dicen, "¿Sabes qué? Te voy a dar la entrevista." Pues obviamente no iba a decir que no, ¿no?.

AV: Ahh ya, Issa Osorio.

E: Ajá.

AV: Ah, es mi amiga. Y estaba embarazada cuando hizo la entrevista. Sí, la O sea que el riesgo y todo dijo, "Ya está ahí, vamos, ¿no?"

E: Exacto, entonces realmente eso habla como como dice usted después es que el periodista tiene que tener esa esa capacidad. No llegó a decir, "La prioridad ahorita Sí es mi trabajo, pero realmente la prioridad de ahorita es sacar mi investigación, ¿no? Adelante." Entonces, pues por eso dije, ¿no? Y lo que tenga que tomar y si me descuentan y lo que sea, pues a mí me da igual, pero el chiste es sacar lo que lo importante, vaya.

AV: Con gusto, Manuel, estoy a la orden no solo ahora, sino después si necesitas algo más. Digo, no sé si ya acabaste lo que me quieras preguntar.

E: Pues ya solo como última pregunta, no sé si le gustaría dejar algún comentario o reflexión sobre este tema.

AV: Sí, mira, Eh, si temas como la inteligencia artificial han avanzado es porque la humanidad lo ha permitido. Hay estudios que indican que cada vez el humano se vuelve más tonto. ¿Por qué? ¿Qué?

Principalmente leer y porque deja de escribir. A mí me gusta seguir escribiendo, transcribiendo mis notas, no le dictó al teléfono nunca, ¿por qué? Pues porque eso me mantiene ejercitado el cerebro, ¿no? Y leo bastante.

Los nuevos reporteros tienen que seguir leyendo, tienen que seguir escribiendo, tienen que seguir saliendo a las calles porque la única defensa como generadores de confianza que van a tener va a ser eso.

E: Ok. Muchísimas gracias.

Anexo 3. Entrevista a Agustín Olaís

Medio de Comunicación: Telemundo

Edad: 47

Lugar de Estudios: S.D

Rol: Corresponsal y presentador de noticias

Fecha de la entrevista: 07 de marzo del 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: Entrevistador (E), Agustín Olaís (AO)

Inicio de entrevista

E: Bueno, bueno, me presento, soy Cristian Brenes, estudio en la Universidad Autónoma Metropolitana, junto con mi equipo estamos estudiando la licenciatura de comunicación social, en la cual estamos realizando nuestra investigación en la búsqueda del impacto de la inteligencia artificial en la redacción de noticias. Para así conocer las transformaciones de los roles laborales y los nuevos perfiles y habilidades que se requieren para ejercer el nuevo periodismo en la época actual. Antes que nada, me gustaría saber un poco más de usted, de su recorrido, eh, de un poco más de su carrera profesional.

AO: Este, bueno, llevo más de 20 años en los medios, comencé, eh, en prensa escrita, he trabajado en radio, estuve en TV Azteca diez años, en la revista Proceso dos años, eh, también trabajé en Medio Oriente, viví dos años en Irán como presentador de noticias y llevo otros diez años, digamos, en Telemundo. Fui corresponsal de un show que se llama El Rojo Vivo y eventualmente he sido también corresponsal de eh noticias Telemundo.

E: Uf, es una larga trayectoria, la verdad, y muy interesante... Irán, ¿cómo fue esa experiencia?

AO: Tan extraña como extraordinaria. Es un país con costumbres totalmente diferentes a nosotros, una cultura también distinta, una religión distinta. El proceso de adaptación fue un poco complicado, pero bueno, al final lo conseguimos. Esto lo hicimos bastante bien hasta que nos invitaron a regresar a Telemundo, y bueno, decidí volver a México después de casi dos años allá en Irán, Medio Oriente.

E: Fue bastante tiempo, 2 años. Pues bueno, me imagino que alguien como usted se ha enfrentado entonces a muchos cambios en su carrera. Por tanto, me gustaría preguntarle ¿a qué cambios en el ámbito tecnológico de las tecnologías de comunicación se ha enfrentado?, ¿cómo ha evolucionado su trabajo?

AO: Bueno, mira, cuando comencé, recuerdo que usábamos una libreta y básicamente una grabadora de cinta. Este... En las cámaras iniciamos con Hi8, Betacam, y fueron evolucionando hasta lo que conocemos hoy, que ya es tecnología donde grabas en HD, cámaras mucho menos bultosas porque antes traías una cámara de 20-30 kg. Ahora las nuevas cámaras o las de última generación, no sé, pesarán 10 kg, pero tienen mucha mayor calidad en video y audio. Pues hay una evolución a lo largo de este tiempo que me ha permitido hacer de mejor manera mi trabajo con mucha más calidad.

E: ¿Considera que el cambio tecnológico ha sido más positivo?

AO: Sí, sí, por supuesto.

E: ¿No se ha encontrado con dificultades por estos cambios en algún momento de su carrera?

AO: No, no. El tema nada más de adaptarte, ¿no?, de aprender de las nuevas tecnologías, de hacerlas prácticas en tu trabajo cotidiano, de incorporarlas a lo mejor paulatinamente. Pero me ha tocado afortunadamente que, de pasar de una grabadora análoga a una digital, eso facilitaba mi trabajo, inclusive la calidad del audio. Igual con las cámaras Hi8, estas que todavía metías en caseteras, y reproducías. El nivel de edición era diferente, mucho más lento a las nuevas tecnologías ya que todo es electrónico, trabajas con servidores, es mucho más rápido, eficiente, el tiempo de entrega, y lo haces con mayor calidad. Además, ese material ya puede estar al aire en tu programa de televisión, pero también en las diferentes plataformas digitales, algo que antes era prácticamente imposible.

E: ¿Usted se ha visto involucrado en algún proyecto en el que se haya utilizado la IA en algún aspecto de la redacción de noticias?

AO: No, no, todavía no, no, ninguno. No, eso está ahí sobre la mesa, sabemos que está evolucionando, avanzando en la medida de las nuevas tecnologías, pero no es algo que nos haya todavía impactado o por lo menos influenciado.

E: ¿Aún no ha trabajado con herramientas de IA o las ha utilizado para agilizar el flujo de trabajo?

AO: No, no necesariamente, no. Estamos como que en ese “bypass”, ¿no?, en lo que conoces la IA, sí, y justamente comienza a incorporarse, que no dudamos va a ocurrir como ha pasado a lo largo del tiempo con todas las otras tecnologías, y haremos lo propio llegado el momento.

E: Justo, de hecho, mi generación también le va un poco más a la IA, de hecho, ahí va justamente como dice.

AO: Sí, tú creces con esto y se vuelve como parte natural, ¿no? Es algo con lo que, por ejemplo, en mi tiempo, digamos, los celulares ya existían, pero eran unos tabiques enormes. Este, comenzaste a evolucionar con eso y te vas adaptando, ¿no? Hasta poder mandar, al principio solo mandabas mensajes de texto, ahora puedes mantener conversaciones, puedes conectarte con tu celular, eso también facilita mi trabajo. Lo mismo pasará con la inteligencia artificial en la medida que esta se incorpore ya en nuestras redacciones.

E: Y digamos, usted con su experiencia, ¿considera que la inteligencia artificial sea capaz de reemplazar ciertas tareas que realizamos nosotros dentro del campo del periodismo?

AO: Algunas tareas definitivamente creo que sí serán reemplazadas, otras, tengo mis dudas. Eso es muy particular porque no creo, o en este momento no sé si exista, que la inteligencia artificial, hablando, por ejemplo, de mí como presentador de noticia: no creo que en este momento la inteligencia artificial o un robot propiamente pueda transmitir el sentimiento. Porque nosotros, cuando das una noticia, sientes. Te puede impactar de mayor o menor manera, depende de tu contexto, de tu entorno, y cómo se transmiten esos sentimientos a tu audiencia. Eso creo que en este momento no es algo que se haya o que esté logrando la inteligencia artificial o un robot que pudiera exponer frente a una cámara, que pudiera dar una lectura de notas, pero que a lo mejor le faltaría todavía ese feeling.

E: Ajá, el sentimiento, ¿no?

AO: Sí, justo. Entiendo.

E: ¿Entonces cree que la IA se irá más por un camino de complementar las funciones periodísticas?

AO: Las va a complementar definitivamente, como ha pasado con el resto de la tecnología. Y no sé hasta dónde, igual la misma evolución tecnológica y científica nos sorprenda, y a lo mejor tengas un robot capaz de transmitir algo muy parecido al sentimiento humano.

E: ¿Usted piensa que las noticias realizadas por inteligencia artificial se perciben de mejor o de peor manera de cara al público?

AO: No, creo que todavía están en esa etapa de prueba y error, ¿no? He visto algunas cadenas o medios de comunicación que comienzan a utilizar la inteligencia artificial justamente para principalmente dar noticias, pero todavía alcanzas a percibir que se trata de un robot. O de una imagen creada a partir justamente de la inteligencia artificial.

E: ¿Y qué piensa del uso de esta? ¿Cree que afecta a la credibilidad o a la ética del periodista?

AO: Mira, al final quienes están detrás armando los guiones, decidiendo las noticias, somos nosotros. Entonces, yo creo que más o menos, depende de la empresa, depende del talento de la redacción, de los jefes de información, de los editores. O sea, hay muchas manos humanas y mentes humanas pensando detrás de lo que tú ves a cuadro que pudiera ser un presentador de inteligencia artificial. Y básicamente el éxito o no de esto dependerá también de la gente. La gente puede decir, "A mí me gusta ver a un robot, que sé que es un robot o ver un personaje creado con inteligencia artificial dándome las noticias." Va a depender directamente del público. A lo mejor tú, que perteneces a una nueva generación, sí dices, "No, a mí sí me late y me gusta y me encanta la inteligencia artificial." "Yo prefiero ver a una chica creada con inteligencia artificial o a un robot dándome las noticias, o comentando una nota, o generando cierta polémica", pero ya depende directamente de la audiencia.

E: ¿Cómo piensa usted que será el impacto de la IA en el periodismo y en la redacción de noticias dentro de unos 5 a 10 años?

AO: Mira, creo que se irá incorporando. Muchos medios harán uso en la medida también de lo posible y de lo que su propia audiencia les pida. Sí, pienso que va a llegar un punto en donde vamos a ver noticiarios presentados por inteligencia artificial, vamos a ver robots propiamente en algunos estudios frente a algunas cámaras, pero no va a ser la generalidad. Y decidir hacerlo va a depender directamente de lo que las compañías o las empresas de comunicación quieran, pero también con base en su audiencia. A lo mejor para noticias en redes sociales o las plataformas en streaming que están mucho más accesibles a las nuevas generaciones, poner a la inteligencia artificial o usarla para dar las noticias puede ser inclusive más rentable. Si le gusta a la audiencia, les va a funcionar en esa medida y la incorporarán también con base en estos puntos.

E: ¿Qué aptitudes considera esenciales para que los periodistas se adapten y se preparen para un nuevo entorno laboral que está impulsado cada vez más por la tecnología?

AO: Es que tienes que estar abierto, si no te vas a quedar en una etapa. Si yo en este momento en lugar de este celular y grabar una conversación ya con el celular, decidiera seguir haciéndolo con mi libreta y mi pluma, pues perdería datos. Sería un poco más complicado. No significa que no lo puedes hacer, tú puedes usar esto y perfectamente tomar notas, lo aprendimos a hacer con palabras clave, no todas las oraciones, y desarrollar una nota tomando tu libreta y tu papel. Pero yo te digo, prefiero ahorita el celular o grabar la conversación porque me facilita todo. Además, en televisión ocuparían elementos adicionales, básicamente tu cámara que está grabando y que después vacía ese material o lo sube a una plataforma virtual o una red digital y de ahí comienzas tú a segmentar y cortar los sonidos, los aspectos de lo que vas a usar para contar tu historia.

E: Por último, ¿Tiene algún comentario final u opinión sobre la inteligencia artificial que quiera compartir?

AO: Yo creo que, como en todo, estemos abiertos. Abiertos a los cambios, abiertos a la incorporación de nuevas tecnologías, de herramientas. Al final va a depender mucho de uno mismo el querer utilizarlas o no, de lo que te pidan las empresas. Algunas empresas te dicen, “Tienes que ocupar esta computadora, este teclado y esta tecnología”, ¿no?, y no tienes opción. Podría ocurrir. Y también siempre dispuestos, básicamente, al cambio, ¿no?, con la mente abierta para poder estar vigente. De otra manera va a llegar un punto en donde te puedes ir quedando atrás, y entonces a lo mejor tus servicios o tus capacidades no sean requeridas en algunas empresas, en otras sí.

E: Okay, es mantenernos vigentes con nuestras competencias.

AO: Sí, nuestras habilidades, nuestras competencias. En la medida de lo posible hay que capacitarse. A lo mejor hay programas que en ese momento ni siquiera conozco o que incorporan en la redacción, y en algún momento tendré que tomar cursos, ser capacitado para esas nuevas tecnologías, aplicarlas ya en mi trabajo cotidiano.

E: Bueno, señor, muchísimas gracias por contestarme estas preguntas. De verdad, es de mucha ayuda. Sinceramente, de parte mía y de mi equipo estamos muy agradecidos.

AO: No, Cris, al contrario. Siempre aquí estamos. Un privilegio saludarte y, por favor, saludos también a tu papá.

Anexo 4. Entrevista a Carlos Santiago

Medio de comunicación: Latitudes Press

Edad: 41 años

Lugar de estudios: Faro de Oriente

Rol: Fotoperiodista

Fecha de la entrevista: 07 de marzo 2025

Modalidad: Presencial (Inmediaciones del zócalo de la CDMX)

Identificadores: (E) Entrevistador (CS) Carlos Santiago

Inicio de la Entrevista

E: Bueno, pues muchas gracias por acceder a esta entrevista. Bueno, la primera pregunta es me gustaría saber cómo fue tu... Bueno, primero que te presentaras un poco, quién eres, qué haces y cómo fue su recorrido para llegar al periodismo.

CS: Okay, mi nombre es Carlos Santiago, soy fotoperiodista. Bueno, desde niño me gustó la fotografía, desde niño de 9 o 10 años. Este, estudié programación, administración y ya así como que después al final dije, "No, pues es que lo que quiero es hacer fotos." Y me metí a estudiar foto y después fotoperiodismo en el Faro de oriente y después hice el diplomado de fotoperiodismo y producción audiovisual en la UNAM, tengo siendo fotoperiodista desde hace 8 años.

Y es cansado, desgastante, pero muy enriquecedor.

E: Okey, y yo sé que, bueno, ahorita dice que tiene 8 años que ha ejercido el periodismo, bueno, el fotoperiodismo.

CS: Sí.

E: Eh, pero los avances tecnológicos están ocurriendo de forma inmediata, ¿no?

Por ejemplo, entrevisté igual a un periodista y lo hice de forma virtual y le decía, "Es que un cambio tecnológico es ahora que nos podamos conectar por videollamada, ¿no?" Cosa que antes pues a lo mejor no se no se te imaginaba que lo podías hacer. A pesar de que no es mucho así el tiempo y que pues es una persona joven, desde que inició su labor periodística y hasta el día de

hoy se ha enfrentado a cambios tecnológicos que hayan transformado su trabajo de fotoperiodismo.

CS: Sí, mira, por ejemplo, mira, como reporteros a lo mejor lo más notable es eso, las entrevistas virtuales, ¿no? Este, a lo mejor ahora y antes era usaban grabadoras de cinta, ahora pues es con memoria, pero en el ramo de lo audiovisual, sobre todo en foto o un video, sí es un cambio muy muy drástico.

Mira, por ejemplo, en fotografía pues era te daban un rollo, digo, A mí no me tocó, pero todos me han contado. Digo, yo empecé a hacer fotos con rollo. Un rollo eran 36 exposiciones. De esas 36 pues eh tenías que saber escoger tus disparos. Porque a veces, te digo, los compañeros me cuentan que les agendaban tres, cuatro eventos y con un solo rollo y tenían como que escoger el tiro, ¿no? A diferencia de hoy en día que pues bueno, tienes disparo de ráfaga y con una tarjeta de no sé, de 16 gigas tienes cientos miles de fotos, pues ya no escatimas, ¿no? Lo único bueno es que a lo mejor no se te va la foto. Lo malo es que tiras mucho y si tienes poco tiempo en esto, pues tiras, no sé, 400 fotos de un solo evento y solamente te piden 10 cuando mucho.

Por ejemplo, en mi caso que soy este de agencia, pues sí podemos tirar las miles de fotos que quieras, pero la agencia a veces te pide cuando mucho, si es un evento muy importante, 20, 30. O sea, sí, también tienes que escoger, saber cuál es el tiro. Imagínate lo importante del evento. Y pues lógicamente haces la foto, antes pues tenías que esperar a que se terminara el rollo o rebobinarlo para mandarlo al laboratorio a que lo revelaran. Hoy en día tomas la foto y casi casi te la piden en los periódicos, en las agencias nos esperan un poco más, pero si es transmisión inmediata, cuando antes era pues muchísimo muy tardado. Eso es un avance muy muy importante, por ejemplo, eh no sé, hubo un sismo en Turquía y ya tienes la foto de alguna agencia en minutos de aquí en México, ¿no? Eso es un avance muy muy importante.

E: Ah, okay, así es como se ha transformado la inmediatez, ¿no? Pero a la vez como comenta que a veces no sé si perder la capacidad, o sea, como que pues no ha abusado, pero a lo mejor dices, "Bueno, tengo tantos disparos pues ya hago los que quiera" ¿no? Y yo creo que con lo que comentaba, a lo mejor antes se la pensaban más, ¿no?. Esta foto va a ser significativa o esta foto realmente va a reflejar lo que me pide, ¿no?. Lo que me solicita la agencia o el medio de comunicación.

CS: Sí, mira, por ejemplo, eh digo, a lo mejor a mí me tocó eh justo la transición entre lo analógico y lo digital, pues yo empecé a en mis clases de foto pues con todavía con rollo, revelar y pues eh hoy en día, digo, a mí me gusta mucho hacer deportes. Y pues sí, en deportes tira ráfagas, ¿no?. Porque pues la cámara te lo da ahí para no perder. Pero debes saber en qué momento empiezas a tirar la ráfaga y en qué momento no. Si lo empieza a tirar desde antes, a lo mejor, este, en el fútbol el gol se te va porque digo, por más disparos que haga tu cámara, pues su memoria interna, su buffer de memoria se llena y ya no te deja hacer fotos. Tienes que esperar a que guarde dos, tres para volver a tirar. Y antes, pues sí, este, pensabas tu foto y hoy en día me pasa.

Digo, mi primera cobertura fue un evento del secretario de educación pública de Nuño. Era un evento que hoy en día si haría 50 fotos, yo creo que son muchas. Eh, en aquel entonces pues tiré cuatro, casi 500 fotos. Y de esas 500, pues ponte a escoger 10, 12, pues si fue algo muy eh estresante porque tenía otra orden. La generación, las generaciones de hoy en día como ya no pasaron por ese proceso de ser selectivos en tus tiros para que te rinda el rollo, pues sí tiran y tiran descomunadamente y a veces, "Oye, ¿Cuál es la foto?" Y "Pues déjame la busco." ¿No? y sí se tarda mucho.

E: Okay. Y bueno, ahorita como comentamos esta transición y esta transformación tecnológica, actualmente a una tecnología que está pues sí que se está conociendo mucho y que está impactando mucho, no solo los medios de comunicación, varias industrias, la de la medicina, que es la inteligencia artificial. Entonces, eh en ese sentido, ¿algún día ha utilizado o ha trabajado con herramientas de inteligencia artificial, para realizar tu labor periodística o para a lo mejor editar una foto o a lo mejor por osio eso las has ocupado?

CS: Mira, las he ocupado pues para ver cómo se utilizan, para qué son, pero realmente la inteligencia artificial en un medio periodístico serio o en las agencias, pues te lo prohíben. De hecho, antes de usar el Photoshop y clonabas algo, la agencia, digo llegó a pasar con algunos compañeros internacionales, descubrieron que su foto tenía y era algo insignificante, no, no, lo bueno, si hay, hubo dos casos, uno que clonó humo y uno que borró este creo que un camarógrafo, porque realmente si hubiera quedado el camarógrafo ahí o no, pues no alteraba la imagen, pero cómo hizo eso y no avisó, pues bajaron todas sus fotos y a los dos los corrieron de la agencia. Y antes pues no era inteligencia artificial.

Hoy en día la inteligencia artificial es muy intuitiva, recuerdo que hace 1 o 2 años que estaban buscando encarcelar a Trump, salieron unas fotos donde supuestamente ya lo están tenían detenido y pues digo, se nota que es inteligencia artificial porque pues bueno, nosotros vemos fotos todo el día, todos los días y te das cuenta casi inmediato cuando si es una foto real, a cuando es alterada ya sea por inteligencia artificial o a veces por el Photoshop, porque pues digo como fotógrafos pues vemos muchas fotos todo el día casi todos los días y pues íbamos pues adaptando los ojos la vinada para ver esos detalles.

Sí la ha usado, por ejemplo, en Lightroom que yo edito hay una sección donde pues ya te ayuda a borrar cosas. Y en fotos periodísticas del día a día, de deportes, eh, no se puede utilizar por lo que te digo, no es ético. Lo he usado para borrar foto, esté detalles en algunas fotos que son pues de sesiones fotográficas eh no sé, de retratos, cosas más. Digo, si son profesionales porque son de trabajos, pero no son periodísticos. Son más como retratos de personas y lo hace muy bien porque antes sí te tardabas mucho como que seleccionando, haciéndote la edición para que se viera bien y hoy en día nada más seleccionas y la inteligencia artificial ya te borra lo que quieres, lo rellena con el fondo exacto.

E: Ah, okay. Así como para algunas otras tareas de su profesión, pero como tal para su trabajo.

CS: Sí, si, para el trabajo periodístico, no eh digo, está prohibido y aparte pues digo, no es ético, ¿no? No es ético,

E: Sí, porque sobre todo ustedes como fotoperiodistas a diferencia, bueno, no digo de un periodista, de un reportero, pues valoran mucho, ¿no? La composición de la fotografía y ahí entra su ética de ustedes, ¿no?. De no recordar como dice la imagen o borrar, porque eso ya da otra interpretación.

CS: Sí, digo, hay veces que a lo mejor por estuviste en una cobertura donde se le metió polvo a la cámara y te salen unas motitas de polvo, a lo mejor es así las quitas, pero le avisas a tu editor o le preguntas, "Oye, me sale una motita, la puedo borrar y ese el editor te dice, "Ah, okay, sí, sí, bórrala." O si no, pues así la dejas. Pero sí es cuestión de estética, sobre todo en el fotoperiodismo porque tu foto está mostrando una realidad, ¿no? Si alteramos la realidad pues no es ético.

E: No es ético. Okay. Bueno, entonces como me comentas, osea ustedes como fotoperiodistas tienen la capacidad incluso de decir, "Esta imagen está hecha con IA y esta imagen es real." Pero

consideramos que en algún en un futuro la IA sea capaz de reemplazar ciertas actividades del ámbito del fotoperiodismo en este caso o sea, porque no sé, imagino que obviamente la persona tiene que estar en el lugar de los hechos, ¿no?

Para fotografiar la como dices la realidad, fotografiar los sucesos que están aconteciendo, pero no sé si en un futuro desarrollen una tecnología que a lo mejor la cámara automáticamente va a tomar las fotos y o sea, no sé. ¿Crees que en algún futuro la IA pueda sustituir o reemplazar la labor de los fotoperiodistas?

CS: Pues mira, yo creo que sí puede haber, puedes crear imágenes del momento y todo, pero realmente la diferencia de un fotoperiodista a un reportero el reportero puede estar viendo, siguiendo el evento desde su casa si quiere, por ejemplo, hay algunos que por ejemplo la mañana, ¿no?

Pues no vienen todos los días porque a lo mejor, "ah, es que hoy no me va a tocar preguntar, pues la veo desde mi casa y desde ahí hago mi reporte". Pero como fotoperiodista o como videógrafo, pues sí tienes que estar en el lugar. Porque pues no puedes hacerle como que un screenshot y mandar eso, ¿no? Que la IA pueda hacer algo que te reemplace, sí, pero no vas a estar capturando la realidad.

Porque a fin de cuentas lo que va a hacer la IA va a hacer formar una imagen con la información que estás dando. Pero tú no sabes a lo mejor el gesto que hizo la presidenta o si se cayó el el diputado, pues no te lo va a dar. No te lo va a dar. O sea, sí puede llegar a hacer ese cambio, pero yo lo veo más difícil a que nos reemplacen a nosotros como fotógrafos o como videógrafos a un reportero. Digo, espero que no pase para ningún ámbito, pero sí es más factible.

E: Sí, es más complicado porque ustedes tienen que estar ahí.

CS: Sí, o sea, nosotros tenemos que estar sí o sí eh ya sea, no sé, que están el reporte de que estás cortando la rama de un árbol, pues tienes que estar ahí porque a lo mejor este lo cortaron mal y tú traes la foto. O si es algo de presidencia, pues tienes que estar porque es un evento de un jefe de estado.

E: No, y la IA pues a veces inclusive se cree que cuando le dices a general en la imagen de un árbol cortándose, pues va a ser le va a dar otra interpretación. A lo mejor va a ser un árbol, pasó en México y va a ser un árbol que ni siquiera es...

CS: Quiero un árbol en la ciudad de México y te pone un pino navideño, ¿no? .

E: Exacto, con nieve y es como de pues no, no es exacto.

CS: Sí, o sea, por ejemplo, para usar la IA y así tienes que ser muy muy específico en lo que quieres así con santo y seña para que te quede la imagen como tú quieres. Si no la IA va hacer: “a ok que me estás pidiendo un changuito morado, pues ahí está” ¿no?

Pero si le pones, "Ah, yo quiero un monito, un gorila de tantos de tanta este de tanta edad, con tanto de tanto gentos de color un morado eh del pantón, no sé, 112. Ah, pues bueno, ya tengo esta información, te lo voy a sacar.

E: Bueno, de los fotoperiodistas a diferencia de IA ya realmente ¿se va a notar quién tomó la foto? ¿Considera que el público percibe va a percibir de manera diferente las fotografías generadas por IA y las fotografías generadas porque o porque obviamente ustedes como fotoperiodistas que a diario toman cientos de fotografías o ya las conoce, pero cree que la gente o el público realmente se va a dar cuenta de que esta foto sí es que me la da por IA?

CS: No. Mira, te digo, hace 2 años que fue lo de Donald Trump que hicieron unas fotos con IA. Pues mucha gente se fue con la pinta de, "Ah, ya lo atraparon", y pues ya ves las fotos, digo, como no como periodista la ves y dices, van a empezar cuando van a agarrar a alguien así, no te dejan como que acercarte tanto. No vas a tener una toma tan limpia como las que están, ¿no?

La gente pues no es no tiene una educación visual eh cómo pues la tenemos nosotros porque nosotros te digo, hacemos, vemos fotos todo el día, todos los días y pues vas viendo los detalles, cómo se compone la foto, el estilo de cada fotógrafo también eso es muy importante.

Y pues la idea es como que ah bueno, lo quieres ahí te va, lo que me pides ahí está, pero la gente no tiene esa educación visual y no sabe generar no sabe diferenciar de una foto real o a veces ni siquiera de una foto eh con Photoshop que con una real, ¿no?

E: Sí, porque sobre todo estamos acostumbrados a solo ver pero no observar, ¿no? O solo oír, pero no escuchar.

CS: Sí, sí, sí.

E: Y como dice es algo que en general en la sociedad nos hace falta mucho porque como es no oímos, pero no escuchamos, no sabemos escuchar.

CS: Exactamente.

E: Y el ver también, ¿no?

CS: Sí, o sea, nos estamos acostumbrados a ver porque pues vemos todos los días, pero no a mirar ni a observar. Ese es el detalle con la IA.

E: Con la IA, okay. Y bueno, justo en este sentido, bueno, y como ya me lo comentó hace un momento, eh que no es ético, ¿no? Utilizar inteligencia artificial en este caso en la agencia o en la que trabaja, bueno, y desde su perspectiva, pero eh, ¿considera que la inversión de la IA en los medios de comunicación va a afectar la credibilidad del trabajo periodístico del trabajo fotoperiodístico?

CS: Totalmente sí, o sea, es encargarle a una computadora que haga pues todo. Y eso la computadora digo, no, los medios más grandes, no, pero hay medios pequeños como que con tal de generar vistas, likes, este, hace notas, que no confirma fuente, no corroboran datos y pues eso crea las fake news.

Y pues con una IA pues le dice, "Ah, quiero llamarme una nota de los aranceles que Trump siempre dijo que los va a hacer. Ah, pues lo va a hacer." Y toda esa nota falsa pues se va a subir. Y no va a ver quién la corrobore, no va a ver este quién verifique las fuentes, los datos y se puede ir así y mucha gente se va a ir con la idea de que "ay, no, pues es que Trump siempre sí dejó los aranceles nos va a ir mal", ¿no? Por ejemplo.

E: Okay, y ya como último, ¿qué actitudes considera esenciales para que los futuros fotoperiodistas o los periodistas de información se adapten y se preparen para este nuevo entorno laboral impulsado por la inteligencia artificial?

CS: Pues primero que nada, prepararse de manera rústica, rudimentaria, para saber hacer un trabajo ético. Y sí, o sea, hay veces que podrías utilizar la IA como para complementar tu nota, pero no usarla como una fuente principal o aseverar algo. O sea, la IA va a ser a corto plazo una herramienta muy útil en el periodismo. Digo, a lo mejor en el fotoperiodismo y en la videografía, no, porque pues tienes que estar ahí para hacerlo, ¿no?

A lo mejor mejor lo que puede eh, en el en el ramo audiovisual podrías utilizar la IA para decirle, "Ah, okay, este, quiero que me programes eh mi cámara para que haga una secuencia de tantos segundos." A lo mejor ahí sí, ¿por qué no estarías alterando la imagen? Si no le estarías diciendo, "Ah, quiero que me hagas esto con el programa a la cámara o al video."

E: Pero al final le cuento el que va a tomar las fotos y no.

CS: Sí, o sea, tú llegas, tú la encuadras y bueno, tú nada más dale una secuencia de tiro a cada tanto, ¿no? Que también es otro debate, hay una foto, no recuerdo el nombre del fotógrafo. Le dio la cámara a un chimpancé o a un gorila, no me acuerdo. Y el gorila hace las fotos. Pues realmente quien toma la foto es el gorila, ¿no?. Pero pues de quién es la cámara pues es del fotógrafo. Entonces hubo un debate de pues bueno, de quién es, ¿De quién es la imagen a fin de cuentas?. Ese va a ser otro debate cuando eso suceda.

E: Sí, porque entonces como dice de quién va a ser la foto, ¿no? De la IA o de él o pues sí, del fotoperiodista o del periodista.

Okay, y ya bueno ya y ahora sí la última pregunta, si tiene algún comentario más que agregar de, o sea, más que nada del porque lo que estamos buscando nosotros en la investigación es pues justo conocer, ¿no?. Está pues no se es inquieto que hay en él los ámbitos de los medios de comunicación, porque en otros en otros países ya ha pasado, por ejemplo, en el medio ruso en Russia Today eh pues ya intentaron hacer una presentadora, ¿no?

Con uso de inteligencia artificial, un fracaso, pero realmente te habla de que las empresas pues no sé si buscan obviamente optimizar costos, porque obviamente al no tener tantos empleados, pues reducir gastos, ¿no? Que al final de cuentas los medios de comunicación son empresas. Entonces, lo que buscan es generar dinero, evidentemente.

Entonces, en este en ese sentido, nosotros eh pues estábamos no como preocupados, pero sí como de qué nos deparan a nosotros o qué se viene, ¿no? Porque realmente, pero igual algo ahorita igual algo que tú me comentaste y que se me quedó muy marcado es, pues realmente el fotoperiodismo tiene que estar ahí, el fotoperiodismo tiene que estar ahí. Y algo que me decían en otras entrevistas es, "No lo vas a poder cambiar porque, antes cuando llegó la tele decían lo mismo", ¿no?

"La prensa va a desaparecer". Y la prensa hasta el día de hoy no ha desaparecido. A lo mejor y se ha modificado, ha cambiado sus formas de de consumir, y exacto, pero realmente la prensa no ha desaparecido.

CS: Sí, no, o sea, la prensa pues tienes que adaptarte para para seguir comunicando, la línea editorial que tengas o no tengas. Debes de adaptarte a cómo irá comunicando.

Por ejemplo, muchos decían, "Ay, este Televisa, TV Azteca van a desaparecer ahora con las redes." Pues no, ¿Qué es lo que hicieron? Pues adaptarse a y sigue habiendo muchos reporteros que tienen su TikTok, tienen muchos seguidores, solamente es adaptarte.

O sea, yo pienso que de las profesiones que más difícil pueden llegar a ser suplantadas por una inteligencia artificial, sí sería el periodismo, fotoperiodismo, videografía, reportaje, reportero. ¿Por qué? Pues porque tienes que estar ahí, a lo mejor puede decirle a la IA, hazme un informe de no sé, de los narcos en el gobierno.

Pues a lo mejor te lo va a hacer, pero como es una información muy clasificada, no va a tocar muchos temas o va a ser algo muy, un trabajo muy vacío. En cambio sí, si vas a necesitar un reportero que vayas este eh arriesgando a ir al lugar, a entrevistar personas, crear un vínculo, ¿no? Porque una inteligencia artificial no te va a sacar información personal de una persona.

O sea, sí tienes que conectar eh digo, hasta para hacer una foto en alguna comunidad tienes que llegar y conectar con las personas para que te dejen hacer esa foto. No es como que ya, nada más llego y hago la foto. O sea, es crear un vínculo de confianza, de cercanía con las personas para que puedas realizar tu trabajo. Y una IA no va a poder suplantar ese el vínculo humano a humano, es muy difícil que lo llegue a hacer.

Digo, no lo dudo, pero es muy difícil, digo, por ejemplo, aquí en las ciudades hay gente que sigue peleándose con su celular. Ahora imagínate las personas de una comunidad indígena pues va a ser más difícil. ¿Por qué?

Pues porque a lo mejor la inteligencia artificial nada más te va a manejar los lenguajes, los idiomas más más populares inglés de ley, español, francés, alemán, chino, japonés y ya, pero y las personas que hablan Náhuatl o las personas que hablan Otomí, ¿Cómo vas a sacar esa esa información?

E: No, y sobre todo la IA también está, muy ¿Cómo se llama? Euro... O sea, está muy enfocada en Europa, en Estados Unidos.

Si tú le pides generar una imagen de México, hace a la gente muy blanca.

CS: Sí, sí,

E: Y sea como es cuando realmente las realidades son muy distintas, ¿no?. Realmente en México no hay mucha diversidad de etnias de...

CS: Claro, sea y no solo México, o sea, México es como que el país más multicultural que hay, digo, no porque sea mexicano, pero es que es la realidad. Pero así como hay México hay algunos otros países, por ejemplo, los chinos, ¿no?.

Hay chinos que te hablan cantonés, otros mandarín, pues también es todo un mundo, ¿no?.

E: Hay cosas que la IA no va a entender.

CS:Exactamente, la IA se concentra nada más en los idiomas más importantes y ya, ¿no? .

E: Sí, porque de hecho hay inteligentes artificiales que solo están disponibles en inglés.

CS: Claro.

E: Y ni siquiera en español.

CS: Y así como está el señor Trump, pues va a ser por lo menos estos años de yo no quiero que nadie me haga algo en español, ¿no? Que sí que sí.

E: Okay, pues muchísimas gracias.

CS: No, por nada.

Anexo 5. Entrevista a Jorge Arturo Jiménez

Medio de comunicación: Reforma

Edad: S.D

Lugar de estudios: Tecnológico de Monterrey

Rol: Director digital

Fecha de la entrevista: 10 de marzo de 2025

Modalidad: Presencial (Instalaciones de Grupo Reforma, CDMX)

Identificadores: (E) Entrevistador (AJ) Alejandro Jimenez

Inicio de la entrevista

E: Bueno, empezamos formalmente con la entrevista.

JA: Adelante, bienvenidos a Grupo Reforma.

E: Gracias, muchísimas gracias por acceder a esta entrevista. Para nosotros realmente es un verdadero placer pues contar con su testimonio porque si bien vamos a hacer la recopilación de varios periodistas o esperemos que de varios medios de comunicación, pues Grupo Reforma al ser un medio de comunicación de las más importantes que hay en el país pues realmente su testimonio va a ser de gran ayuda. Bueno, nos volvemos a presentar, somos estudiantes de comunicación social y actualmente estamos en el 11° trimestre de la licenciatura en comunicación social y estamos realizando un proyecto de investigación que busca analizar el impacto que tiene la inteligencia artificial en los medios de comunicación.

Principalmente estamos preocupados o tenemos la inquietud de conocer cómo se están transformando, si se están transformando los roles laborales dentro de los medios de comunicación con la inmersión de la inteligencia artificial. Y si es así, ¿qué actitudes y habilidades necesitan los futuros periodistas o los futuros profesionales de la comunicación que pretenden en un futuro ingresar a los medios de comunicación a laborar?

Entonces, antes de eso me gustaría saber, ¿Cómo fue su formación para llegar al periodismo o para llegar a los medios de comunicación?

JA: Eh, bueno, yo tengo una carrera de 20 años aquí en Grupo Reforma. Eh, prácticamente toda mi vida profesional la he hecho aquí. Yo estudié comunicación en el TEC de Monterrey, Ciudad de México, con especialidad en mercadotecnia y en periodismo.

Entonces, prácticamente antes de entrar aquí, estaba yo entre irme a una agencia de publicidad o dedicarme al periodismo, pero a mí Grupo Reforma siempre me marcó desde un evento hace muchísimos años que fue el de las Torres Gemelas. Cuando vi esa cobertura me atrajo muchísimo.

Eh, a partir de ahí, yo formo parte de una generación híbrida entre los tradicionales de periódico impreso y las nuevas generaciones digitales. Yo leí el periódico impreso, pero vi el nacimiento de los periódicos digitales. Y eso me atrajo mucho.

Eh, yo en la universidad estaba muy metido en temas de multimedia y eso fue lo que me abrió las puertas aquí cuando se abrió una vacante hace ya 21 años en este 2025 para integrarse a la portada digital. Yo siempre he estado vinculado a la parte digital, entré a la portada de puntocom de reforma, de ahí brinqué a deportes, regresé a la portada, he estado haciendo muchas cosas distintas.

Ya en esta última etapa he estado ya mucho más vinculado con la versión impresa. Soy responsable de la versión impresa de cancha directamente y pues así.

Eh, podemos detallar ahora mucho más, porque sí hemos visto esta evolución del periodismo digital desde las páginas web, que tenían actualizaciones de cosas que ocurrían hace un par de horas, lo cuales no para una generación como la de ustedes es completamente impensable que te enteres de algo hasta dentro de dos o 3 horas. Así era, así era hace 15 años.

Luego cuando llegaron las redes sociales y todo se revolucionó a partir del iPhone cuando llegaron las notificaciones, cuando llegaron las redes sociales, no había una claridad de cómo se tenían que ocupar, no había una estrategia, eso también fue evolucionando y pues bueno, el boom ahora de video, audio y ya prácticamente eh pues es digital el primer canal de entrada para informarte, ¿no?. O sea, tú llegas al noticiero de la noche a confirmar lo que ya viste durante el día, es muy complicado la opción de investigación exclusiva que tú en la noche vengas enterarse por primera vez de algo que ocurrió en el día.

E: Ok, y bajo eso que nos acaba de comentar que le tocó la migración de los periódicos impresos a los periódicos digitales, desde que ingresó a RUM por reforma que dice que ya se van a

cumplir 20 años este 2025. Eh, ¿a qué cambios tecnológicos específicamente se han frenado en la editorial?

JA: Bueno, el primero es la cultura, ¿no? El tema cultural. Eh, cuando en hace 20 años los reporteros tenían una única misión que era ir a cubrir un evento eh grabar ese evento y a partir de ahí regresar a redacción y escribir sus notas. Había unos sistemas en los que los reporteros hablaban por teléfono y dictaban sus notas si por alguna razón estaban en cobertura fuera de la Ciudad de México o estaban muy lejos. Eh, los fotógrafos, bueno, lo que les voy a decir es eh impensable actualmente, o sea, tomaba fotos con rollo fotográfico y traían los filtros a revelar, ¿no? Entonces será él el seleccionar una foto era todo un tema de arte porque a partir de todos los negativos ahí minuciosamente te decían cuál era la mejor foto, no era No es como ahora que en tu computadora tienes 100 tiros de fotos y de esos estás eligiendo cuál aquí, era básicamente como si estuvieras viendo un diamante cómo elegían cada uno, ¿no?

Cuando surge en el 2000, en los 2000 es el periódico digital en reforma, eh la primera versión digital, digamos, es una copia del impreso. Es decir, tú vas a poder ver en digital lo que estás viendo en el periódico impreso, con un formato digital, evidentemente, pero no había actualizaciones en tiempo real.

Es hasta el 2001 cuando se empiezan a generar equipos y a los reporteros se les da una nueva tarea de, "Oye, ahora tienes que aparte dictarse." Porque era mandar, no había cómo mandar. O sea, no recuerde que los teléfonos los smartphones nacen en 2007. Estamos hablando del 2000 en donde era por teléfono. Un reportero terminaba un evento, agarraba su grabadora y con grabadora en un oído y el teléfono en el otro escuchaba y dictaba la nota y te iba a dictar una nota.

Si una nota tenía una corrección, tú tenías que hablarle al reportero para decirle, "Oye, este, esta cita era así o esta cita era de otra forma, ¿no?" Entonces, a partir de ahí empieza a surgir el modelo. ¿Qué pasa? Que cuando llegan disruptores muy fuertes, como las Torres Gemelas en 2001, los atentados de Madrid en 2004, los Juegos Olímpicos de 2004, por primera vez la gente empieza a decir, "Oye, si yo no estoy viéndolo en la televisión, hay una forma, hay una página" y páginas de internet que en ese momento dominaban Yahoo, Altavista, ese tipo de buscadores que tenían ahí cierta información, surgían los primeros periódicos en línea que te daban la información más relevante.

Estamos hablando de información hiper relevante. Ahorita ya puedes subir prácticamente cualquier información y cualquiera de nosotros podemos ser ya a través de Twitter o de Instagram, reporteros y estar reportando o dando conocer una información. Entonces ahí empieza a cobrar una relevancia el tema de bueno, tenemos que estar informados más en tiempo tiempo real y es como si surge este concepto de informarte en tiempo real, ¿no?

Los reporteros se enfrentan a esta nueva dinámica de tener que editar sus notas y ya hay cámaras digitales, pero sigue siendo un problema el envío. Entonces, ¿cómo surge el envío primero? Tomabas tus fotos, te ibas a un cibercafé y desde un cibercafé las mandabas o teníamos muchísimas motocicletas que iban a un punto a recoger las tarjetas de de de cámaras o de cámaras y venir acá para inyectarlas, ¿no?

Entonces, estamos hablando de que tener ciertas notas las tenías en un lapso de 30 a 40 minutos, ¿no? En 2007 cuando surgen los smartphones y llega el iPhone eh, algo que ahorita incluso ahora las apagamos porque ya no queremos que estés durmiendo todo el tiempo eh, las notificaciones cuando surgieron al principio fueron una locura porque era ya ni siquiera tengo que meterme, yo te voy a avisar, ¿no?

Entonces surgen esas primeras iniciativas de decir, bueno, la nota más importante te la voy, te voy a traer yo un parásito para que lo puedas leer, ¿no? Y en términos deportivos tienen su boom en 2010 con el Mundial de Sudáfrica. En el caso de Grupo Reforma, eh contratamos un servicio de estadísticas en tiempo real eh eh este extranjero que está en Estados Unidos.

Nos mandaban los marcadores, ella ya es un tema tecnológico, los conectamos a nuestra aplicación y éramos muy felices porque solamente nos tardamos 2 minutos en avisar que había sido gol, ¿no? Entonces, pero a ver, regresemos. O sea, no había forma de enterarte más que o estabas viendo el partido o si estabas en la calle no había forma de informarte. Entonces, ser informado 2 minutos tarde o 2 minutos después era válido, era hasta bueno, ¿no? Era motivo de orgullo para nosotros.

Actualmente, o sea, peleamos por segundos, ¿no? O sea, dice algo alguien y estás ya dándole enter para que llegue este tema, ¿no? Y no solamente en el teléfono, se tiene que publicar en duplicado en el teléfono, en la cuenta de Instagram, en la cuenta de Twitter, en la cuenta, en el canal de WhatsApp en muchas distintas plataformas, ¿no? Entonces ha sido una evolución muy

fuerte que ahorita lo podemos platicar, también ha venido con la evolución de los nuevos reporteros.

Tenemos todavía reporteros que tienen 20-25 años que trabajan aquí, que pasaron de ser reporteros de la vieja escuela a migrar y también tenemos reporteros que estamos contratando este año que justo cuando vemos los bugs este como los currículum, nos estamos dando cuenta de que ya traen habilidades completamente distintas adaptándose a la nueva a las nuevas necesidades.

E: Ok. Y bueno, ahorita nos comenta de estos cambios tecnológicos y desde la pandemia, ¿no? Desde un poco antes se empezó a hablar, ¿no? De inteligencia artificial. Es un término que empezó a resonar en en varias partes del mundo, ¿no? Especialmente en Estados Unidos o en países de Europa.

Eh, igual Bueno, igual a raíz de eso varios medios de comunicación a nivel mundial como o agencias de noticias empezaron a implementar el uso de inteligencia artificial para a lo mejor realizar ciertas tareas, ¿no?, dentro de sus instituciones. Hm, un ejemplo claro es Russia Today, ¿no?, el medio ruso que creó una presentadora de noticias con pura inteligencia artificial.

Eh, fue un proyecto piloto, ¿no? Porque realmente no tuvo éxito, pero se quedó ahí. Entonces, desde el auge del periodismo de desde el auge del periodo de la inteligencia artificial y el que más o menos es desde 2020 hacia acá. Eh, ¿ha notado cambios en la dinámica laboral dentro de la editorial?

JA: Si, como editorial que nos gusta dar eh, pasos con piel de plomo. O sea, no nos gusta irnos. Sabemos que hay tendencias eh cuando surgió TikTok, cuando surgió Thread, ciertas herramientas, O sea, siempre las ponemos en la mesa, a veces decimos y analizamos si tenemos que subirnos o no o en qué nivel de intensidad nos tenemos que subir.

Y entonces cuando se empieza a hablar de inteligencia artificial, pues evidentemente la primera idea es todo lo que vemos de ciencia ficción y de películas y de que prácticamente vamos a ser dominados por máquinas y se acabó el periodismo como lo conocemos. Eh, creo que estamos muy lejos de que sea así, como lo vemos en Grupo Reforma es un tema de eh un apoyo, un apoyo muy fuerte, algo que nos hace ser más veloces, pero que al final siempre va a ser un asistente.

O sea, siempre detrás de cualquier proceso que involucra inteligencia artificial, siempre tiene que haber una persona, siempre tiene que haber alguien responsable y también generamos mecanismos. Es decir, no eh si vamos a ocupar para crear imágenes una plataforma, todo el grupo usa esa plataforma, no unos usan la la plataforma, usan unos usan otra.

Eh, tenemos muy claro, digo, la parte más eh más visible de ejemplificar es la parte de gráficos porque pues no hacemos eh no usamos inteligencia artificial para crear eh situaciones, sino para que, o sea, si no sé, dicen eh, "Se cayó un puente.", ¿no? No usamos inteligencia artificial para recrear ese puente que se cayó. Lo usamos para temas generales, para infografías, para gráficas, para reportajes, pero no para recrear ni personas ni situaciones. O sea, queremos que el tratamiento de la imagen que hacemos a partir de inteligencia artificial, el lector y quien lo consume, tenga claro que es algo que está hecho con la inteligencia artificial y no que esté tan bien hecho que dude si es una foto real o que está viendo y que pueda ser mal informado de "ah, bueno, reforma si traía la foto", no, traemos inteligencia artificial, en imagen. En imagen que complementa o ayuda a comprender mejor los textos que estamos haciendo, ¿no?

Eso por un lado. Por otro lado, eh pues justo, o sea, eh lo estamos empezando a integrar. Es algo que se empieza a usar muy de forma cada quien Como el acceso es ilimitado, cualquiera se puede meter con la versión gratuita o puede pagarla si quiere, pues cada quien la empieza a utilizar, pero también nosotros decimos, "Bueno, a ver, tenemos que crear un estilo y algo para para que sea uniforme", ¿no? Y que no alguien la ocupe muy bien y alguien la ocupe de otra forma o alguien la ocupe con un estilo muy definido, los dos los dos correctos, pero que se vean distintos en la redacción, ¿no?

O sea, por eso tenemos cursos de redacción internos de cómo escribimos. Para que no importa en qué sección le escribas, cuando menos sea uniforme, ¿no? Y que los textos parecen primos o hermanos, pero no que parezcan dos entes completamente distintos que tú le das una nota en gente y una nota en cultura. Sabemos que son temas distintos, pero no va a haber una disrupción como si estuvieras leyendo un libro de un autor distinto o un periódico distinto, ¿no?

Entonces, en ese sentido eh hemos ido aprendiendo con toda la parte de prompts que se le ponen a ciertos chats, pues tienen eso, ¿no? O sea, están programados para decir, "Bueno, a ver, vamos a querer un apoyo para cabezas." O vamos a querer un apoyo para copies de redes sociales. O vamos a querer un apoyo para resúmenes para newsletters. Bueno, pero ¿cómo los quiero? ¿Con

qué características? ¿De qué extensión? Uso verbos, no uso verbos, usos objetivos, no uso objetivos. Le hablo de tú al lector, le hablo de usted al lector.

Entonces, nuestros pros de inteligencia artificial se están eh dirigidos o bueno, no quiero decir programados, pero bueno, tienen las instrucciones de qué tipo de perfil es quien está escribiendo esto en el chat, ¿no? Entonces, eres un editor del periódico Reforma, que tiene esta experiencia y entonces le damos todo el estado de cómo de cómo debe redactar esta parte, ¿no? Evidentemente, eh vuelvo a lo mismo, insisto, es un apoyo. Es decir, ¿hacemos las notas así? No, no hacemos las escribimos todas ponemos una cabeza, ponemos un resumen, ponemos todo y si no estamos convencidos o sentimos que es repetitivo o sentimos que no es la idea la mejor idea, lo pasamos por acá, muchas veces nos arroja algo similar, a veces nos puede arrojar el día, "Ah, mira, esta esta propuesta puede ser interesante." ¿No? Entonces esa puede ser otra. Eh, hay muchas variables, ¿no?

Y volvemos a lo mismo, el tema digital es mucho más fuerte ahorita y prácticamente todos los diarios tienen una versión digital igual de robusta importante que su versión impresa, aquellos que todavía la tienen. Entonces para temas de usabilidad también esté herramientas como como Copilot, pues bueno se ocupan para todo el tema del desarrollo de la infraestructura del del sitio, ¿no?

Y los reporteros usan diferentes herramientas, digo chat GPT y ocupan otras que han beneficiado mucho como Pinterest, que es esta herramienta que tiene Google para que puedas meter documentos, te puedes hacer resúmenes o puedes hacer búsquedas como más especializadas de un documento en particular, ¿no? ¿En qué etapa estamos? En una etapa de evolución. O sea, hemos alcanzado un punto en el que ya la usamos.

No, no porque primero queremos definir cuáles son las bases, para qué la vamos a utilizar y luego empezar a implementar, ¿no? La ocupamos, sí la ocupamos bastante, sobre toda la parte y le insisto, la parte visual es como la más evidente, otras pues sigue ahí esté orbitando y se sigue ocupando, pero no es, o sea, es una gran herramienta, pero no es la herramienta que nos está marcando el rumbo todavía, ¿no?

O sea, es decir, no está no está en un balance superior la inteligencia sobre pues sobre la forma de periodismo tradicional.

E: Uhm de que si bien sí la utilizan y de que procuran que las personas que accedan a los trabajadores que laboran aquí eh la la utilizan no se ve diferente, ¿no? Okay, No se ve a como dice, a lo mejor una de más calidad y otra de menos calidad. Y entiendo que están en el proceso de como lo acaba de mencionar de formación, ¿no? De estudiarla, de analizarla.

Pero de que asegura eh existe una forma de que se aseguren de que grupo reforma se asegure de que se está implementando la idea esta misma forma o esta misma forma, o sea, como que hay una regulación de cierta forma de parte de ustedes hacia los periodistas que sabes que sí la puedes usar, pero solamente en estos términos, no para generar nunca una nota. O sea, existe como cierta una regulación de parte del grupo Reforma.

JA: No es tanto como una regulación, o sea, partimos de que sí se le ha dado a conocer la herramienta a todos. Se le ha dicho la puedes, o sea, no se ocupa para generar información, entonces eso es un hecho. Todos los reporteros redactan sus notas y como en todo, o sea, no hay, no puede haber una garantía 100% que un texto no haya sido copiado de un chat y se haya metido en el procesador de notas que tenemos o el generador de notas. Este, pero serán tal vez ideas para generar de este párrafo una reacción distinta o algo, ¿no? Entonces, así como un esquema no hay. Lo que sí hay es que eh, por ejemplo, nosotros para todas las notas digitales ocupamos un sistema, un generador de con un CMS en el cual, pues ahí tú das el tono de nota, le pones la cabeza, le pones el resumen y lo que estamos haciendo para justo homologar es que estamos viendo tecnológicamente cómo conectamos ese estamos definiendo si tiene que ser ChatGPT, si es Gemini y si es otro. ChatGPT es como el más popular, es como el que sí pues les lleva en esta carrera que es de meses le lleva un par de meses, pero al nivel que estamos eh actualmente, esos meses es muchísimo tiempo de investigación, ¿no? Entonces eh estamos definiendo cuál es la que funciona mejor eh para conectarla directo al CMS.

¿Cómo se hace a través de pruebas? Tenemos versiones beta en la cual tú como reportero, como editor de grupo reforma, puedes meter una información en una versión beta y ver qué te arroja, no en términos de crear una nota. Eso no quiere decir que esté descartado, pero no se está empleando para ahí, no lo estamos regulando ahí. Lo estamos regulando para mejores cabezas, para keywords, para sí mi nota tiene las eh los Bueno, los keywords suficientes para el SEO, eh para resúmenes de newsletters, para redes sociales, ¿no?

O sea, para la generación de la nota eh la realidad es que no. Eh, ¿y cómo se ve? Pues al final tú ves cuando en nuestro generador de contenidos tiene la hora en que tú creas una hoja eh la hora en que hiciste cambios, cada que le diste guardar, entonces si hubiera unas mínimas sospechas de que alguien eh la haya ocupado en forma distinta, pues sería tan fácil como como ver que nomás la abrió y la salvó luego cuando el proceso de una nota pues que toma pues estarla escribiendo ahí, estar escuchando, estar copiando y pegando, o sea, ninguna nota se genera con un abrir y guardar. Entonces, abrir, guardar, guardar, guardar, guardar, guardar, guardar hasta que esta nota terminada, ¿no? Pero bueno, también apelamos a la responsabilidad que tiene toda la gente que trabaja en este diario, muchos de muchísimos años y los nuevas y las nuevas generaciones, pues bueno, eh es nuestra tarea justo meter el ADN reforma de de cómo generamos la información,

E: Ok, al principio de la entrevista comentó que era como que al hablar de inteligencia artificial uno se imagina o las personas se imaginan que es este el apocalipsis, ¿no? o algo así. Eh, o como dice que las máquinas nos van a sustituir o algo por el estilo, pero ¿en grupo reforma consideran que en un futuro la IA sea capaz de reemplazar ciertas actividades del ámbito periodístico?

JA: No, o sea, no sin la supervisión de alguien, ¿no? Y también va a depender del nivel de calidad que quieras darles a tus suscriptores. Por ejemplo, yo he recibido Hemos recibido Yo que llevo toda la parte digital y que llevo deportes, hay empresas eh en todos lados. Pero, por ejemplo, en Sudamérica, que les gusta mucho y son muy apasionados de los deportes también han generado y han empezado a generar modelos en el cual es a partir de los resultados estadísticos de una liga se pueda generar información en texto.

Es decir, yo tengo los resultados de la Liga Mexicana. Entonces, tengo que Chivas eh lleva cinco jornadas y que quedaron 1-1, 2-1, perdió en 3-1 y entonces tengo en cinco partidos dos ganados, un empatado y dos perdidos. Veo que han metido cinco goles. Entonces, yo con eso puedo crear una nota puede llegar una nota así. Suma, va a Chivas por tercera victoria. Suma siete goles, ha recibido cuatro, cuando anotó el Chicharito no pierden.

Entonces, todo eso a partir de un modelo inteligente. Y puedo crear una nota. El tema es si esa nota es lo suficientemente atractiva y tiene un valor agregado como para que yo quiera leerla. Entonces, Eh. ¿Qué caracteriza Grupo Reforma? Y esto es muy importante. Nuestro modelo de negocio, todo está conectado. Desde 2004, o sea, hace 21 años Grupo Reforma cobra por el

acceso a sus sitios web. Ningún otro periódico antes de 2018 en México cobraba por acceso a leer sus noticias. Todos son abiertos, no voy a decir los nombres, ustedes los conocen, todos son de libre acceso, hasta antes de 2018. Después algunos empezaron a migrar a ciertos modelos y ahí están batallando. ¿Por qué esto es importante? Porque nosotros como periodistas de esta casa editorial, una de las cosas que más se nos ha recalcado es el valor agregado. ¿Por qué voy a leer Reforma que trae el mismo marcador de Chivas América, que trae la competencia y a ti te voy a pagar? ¿Por qué voy a leer La Mañanera aquí y no acá y a ti te voy a pagar?

Por el valor agregado. Porque voy a buscar y mi reportero tiene la consigna de encontrar en la información algo, un ángulo diferente, una perla informativa. O sea, las perlas no están por todos lados, las tienes que buscar, ya que la tienes, brilla por encima de lo demás. Entonces, estas perlas informativas tienes que encontrarlas para entonces jalar a esta audiencia y para entonces enganchar a esta audiencia.

Y entonces el grupo reforma tiene muchísimos ejemplos de perlas informativas que hemos encontrado a lo largo de los años, temas de valor agregado, temas donde no se vio algo, o sea, de un mismo evento alguien lo vio distinto de nosotros y entonces eso se plasma por acá. ¿Entonces, la inteligencia artificial me va a poder dar eso? No lo sé, actualmente los primeros modelos no. Porque este primer modelo solamente me dice, "Chivas, aquí a partir de estadísticas te genero información."

Pero ¿Qué va a pasar? Es que todas las notas que se generen, si yo le compro un servicio de 50 notas de la Liga Mexicana, pues todos van a tener informaciones muy parecidas. Va a Chivas por quinto título, busca América evitar segunda derrota suma Cruz Azul por los empates. Entonces, eso en la parte deportiva en donde se están generando los primeros modelos.

Entonces, la pregunta, ¿nos va a sustituir? No. Nos va a ser una herramienta cada vez más poderosa para que si tú sabes ocupar correctamente, te vuelvas más eficaz. Por ejemplo, y esto es increíble, a partir de que salió la inteligencia artificial, hay una nueva carrera que se llama Prom Engineer. Entonces, yo me dedico a saber cómo preguntarle a la inteligencia artificial para que me dé el resultado que tenga. Y no solamente hay una nueva carrera, hay un nuevo negocio, hay sitios donde puedes comprar prompts para que los ocupes en tu en tu sitio. Y no solamente prompts de diseño, prompts de diseño, prompts de escritura, prompts de programación, etcétera.

Entonces, sí está difícil, o sea, bueno, no es difícil, es muy interesante porque va a ser un camino cada vez más estrecho, más peleado y el que tenga mayor habilidad con todo esto será el que pueda destacar más, ¿no? O sea, no solamente hace muchos años debías tener una carrera. Después dijeron, "Bueno, tienes que aprender inglés." Luego te dijeron, "Bueno, reportero, ¿tienes que tener una carrera?"

Tienes que aprender inglés, tienes que saber tomar fotos, tienes que saber grabar video, escribir rápido, detectar ángulos distintos y etcétera, etcétera, ¿no? Entonces, no se trata de que, si no tienes todo eso no cumples, no, bueno, hay un balance, o sea, al final es como igual pon un ejemplo muy burdo, pero creo que es como muy bueno, es como tu carrito de Mario Kart. Tu carrito de Mario Kart tiene siete habilidades. En ninguna de las siete están llenas todas. Pues tengo un carro rápido, pero que se patina en las curvas. Tengo un rápido, un carro, un carro rápido, pero está pesado. Tengo uno que no frena bien. Entonces, bueno, ¿cómo lograr el balance? ¿Dónde quieres destacar más? Entonces, eso va a ser importante para las nuevas generaciones de reporteros decir, "Bueno, a ver, hay unos que son mods, ¿no?"

O sea, debo tener las fuerzas que tengo, así que debo tener una buena redacción. Tengo que estar bien informado, leer a mi competencia, saber de los temas, saber de las fuentes. ¿Necesito saber editar video? Bueno, no sé. Tal vez no, porque mi fuente son los negocios. Los videos de negocios son muy muy cuadrados. "Oye, no, pues estoy en gente.", dijo el pues en gente o en espectáculos, pues sí estoy ahí en la en la en los eventos o en la alfombra roja.

Entonces, hay muchas variables, pero al final respondiendo a pregunta, no, es una gran herramienta que nos va a hacer más eficaces, más robustos, más fuertes, pero que no sustituirá la labor del periodista.

-E: Sí, bien, ahorita como comentó al final, es una herramienta y se utiliza como herramienta en el caso de Grupo Reforma. Pero piensa que la de la IA en los medios de comunicación afecta la credibilidad de las noticias y los principios éticos del periodismo, ¿va eso va a afectar? O sea ¿si un medio ocupa como herramienta la inteligencia artificial, perjudica o a la credibilidad de las noticias y a los principios éticos?

JA: O sea, respondiendo estrictamente a la pregunta, sí. Pero va a depender de cada casa editorial. O sea, al final Reforma y todos nuestros colegas y competidores, pues todos tienen una, todos tenemos un prestigio que se ha ido ganando a partir de la información que publicamos.

Entonces, si un medio decidiera de forma regular estar publicando eh únicamente basándose en inteligencia artificial, no creo que necesariamente afecte su a su a su reputación, sino más bien crearía una reputación, bueno, lo que encuentro aquí pues no trae este trabajo artesanal que puede traer otro medio, ¿no? Esto ¿Quiere decir que es falso?

Pues no necesariamente, pero tendría yo que desconfiar un poco porque pues todo lo que escriba este medio está con la inteligencia artificial que está tomado a partir de publicaciones que hay en internet y ese es el gran tema, ¿no? O sea, ¿Cómo válidas eh cómo validas tú que lo que te está dando la inteligencia artificial está basado en sitios verificados o en sitios verídicos, ¿no? Qué es lo que está pasando y lo que están acusando a Rusia, ¿no? Que está ¿Por qué?

¿Cómo le está pegando Rusia a ChatGPT? No se está metiendo con el chat. Está generando un montón de páginas falsas que crean tráfico y que entonces ChatGPT dice, "Ah, oye, es que estas fuentes que tienen más de cierto tráfico y más de cierto consumo, pues son la tendencia en la que yo me puedo informar." Entonces, bueno, ya lo detectaron, habrá que ver cómo hacen contraparte a eso.

Entonces, eh dudo mucho que alguien, o sea, tal vez este tal vez micro replicadores, o sea, persona personas que eh no quiero decir influencers, pero personas conocidas o algún periodista reconocido que no tenga la capacidad en la infraestructura de tener un este un equipo de reporteros, un equipo de investigadores para generar información y que están replicando información de lo que publicó un diario, lo que publicó el otro y a partir de eso yo hago un análisis y te lo comento, tal vez puedan generar ahí su información a través de inteligencia artificial y la gente se va a dar cuenta, ¿no?

O sea, ya cuando tú lo veas como un referente de comunicación o un referente de información, tú te vas a dar cuenta cuál están eh pues orientados hacia una práctica u otra, ¿no? Eh A nivel de ética, pues será la que defina cada empresa basada en su modelo de en su modelo de qué quieren informar, en su modelo de negocio.

Tal vez algunos lo ocupen, nos lo tienen que ocupar por temas de de ingresos y egresos y sea la única la única forma. Pero bueno, al final el único que puede decidir esto va a ser el elector, ¿no?

E: Ok, y hace un momento nos comentó que en el grupo Reforma existen todavía periodistas de más de 20 años, ¿no? De trayectoria y periodistas o reporteros que acaban de ingresar, ¿no? Y que son como dice, de nueva madera.

Eh, ¿usted nota que hay un cambio en la forma de realizar el trabajo entre la brecha generacional de quienes van ingresando y tienen más acceso a esta tecnología frente a las anteriores generaciones y quienes no solían disponer de herramientas, no, Cree que sí exista un cambio en la forma de realizar su trabajo?

JA: O sea, al final, o sea, un reportero que tiene más de 20 años trabajando eh que tú le pidas que “oye, quiero que hagas videos de Tik Tok” pues le va a costar mucho trabajo, ¿no? O sea, no tiene que ver, o sea, hay muchas sorpresas. Tenemos compañeros que tienen mucho tiempo aquí que son buenísimos en redes, ¿no? Son algunos, ¿no? También tenemos gente muy joven que no sabe nada de redes, ¿no? O sea, entonces hay de todo.

El punto principal es generar la mayor, o sea, generar la mejor información. Eso es lo principal. O sea, y ese es el común denominador que tienen que tener todos. A partir de ahí se buscan los valores agregados. Oye, pues necesito que un valor agregado sea que me la mandes rápido. Eso es algo que se ha desarrollado en todos nuestros reporteros, escribir de la mejor forma y mandar rápidamente a la redacción, ¿no?

Eh, ¿qué hemos visto? Pues que hay reporteros que tienen mayor habilidad para generar video para redes sociales, otros que tienen menos, pero sí vemos una nueva generación que tiene, eh, mucha facilidad de edición, o sea, mucha facilidad de edición para para para videos en redes sociales y en edición a partir del teléfono o de algunas plataformas de desktop.

Eh, pero también vemos eh y esta área nuestra meterlos en la dinámica de cómo investigar y cómo buscar nuestras fuentes, ¿no? Porque de repente vuelve lo mismo, hace 20 años y hace 15 años y hace 10 años, el Google de hace 10 años no tenía la potencia que tiene el Google de ahora, ¿no? Entonces también, ¿Cómo combatimos? No cómo combatimos, sino cómo balanceamos este tema de hiper acceso a la información que hay actual de buscar en Google algo y agarrarlo como como ya un referente a decir, "No, bueno, tienes que ir a No lo busques en Google, tienes que ir a la oficina y pedir el documento", ¿no?

O sea, y verlo, ¿no? Pues ya es el manejo de fuentes, pero Creo que hay un balance bien interesante entre tener a las dos generaciones, es muy rico ver a alguien este que tiene 20 años con alguien que tiene uno o dos apenas y cómo se pueden complementar o cómo van a una misma cobertura y al final pues los dos te ofrecen cosas distintas que hay quien gana ese lector, ¿no? Nos toca acá la parte de edición pues sacarle cómo le saco provecho a estas dos, ¿no?

Y también al final, a mí me gustan las analogías. O sea, no puedes tener un equipo de fútbol lleno de delanteros, no puedes tener un equipo de fútbol lleno de defensas. Eh, no puedes tener un equipo de fútbol de fútbol en donde los 11 sean estrellas. Y si son estrellas, uno brilla más, siempre alguien va a brillar más, ¿no? Entonces es como a cada quien en su posición le sacó el mejor jugo posible. Yo ya sé que tú no tomas video, pero sé que consigues las exclusivas. Esa es tu misión.

Yo sé que te cuesta trabajo este realizar las entrevistas, pero sé que sacas grandes clips de video. Esa va a ser tu misión, ¿no? No significa que no tengas que seguir trabajando en lo demás para seguir desarrollándote, pero en ciertas coberturas donde podemos echarle más las manos, pues sí cada quién va con un objetivo, ¿no? Como en el fútbol, a ver, tú que él no pase. No importa si le echas para fuera, si le echas para dentro, no subas a rematar.

Tu misión es que fulanito no pase de la defensa. Y en eso te enfocas, ¿no? Entonces también aquí se trata de sacarle el mayor jugo a las habilidades que pueda tener cada reportero, sin importarle las que tenga.

E: Ok. Y bueno, varias veces nos ha comentado que la hay va a ser como una herramienta, no como una sustitución, no como un desplazamiento, ¿no? Del de la del trabajo periodístico.

Eh, pero ¿de qué forma cree que la hay o cómo cree que la hay impactará en el trabajo y en las redacciones de noticias en los próximos años? Si bien ahorita ya la están utilizando para ciertas cosas, como nos comentaba hace un momento, pero no sé si es difícil no imaginarse porque la tecnología evoluciona muy rápido y pueden pasar muchísimas cosas, pero no sé si tenga como algún panorama usted de ¿Qué a dentro de 10 años, "me lo imagino de esta forma"?

JA: No sé, no sé si puedo llegar a ver tan lejos, o sea, 10 años este Yo creo que va a impactar en el tema de la velocidad, ¿no?

O sea, tal vez nos va a impactar en un momento o en un futuro en el que eh los prom sean mucho más fáciles de hacer eh en el que Tú cuando contrates a una empresa que haga que se dedica a inteligencia artificial como My Journey, por ejemplo, tú le puedas dar eh upload a todo tu material fotográfico y que My Journey haga un perfil tuyo y diga, "Ah, bueno, grupo reforma, tiene ese tipo de tomas, dispara desde acá, este publican esto en el periódico y que a partir de ahí cuando tú le pidas algo lo haga ya con base en que sabe quién eres, porque ahorita no saben quién Ahorita, la inteligencia artificial, tú le vas preguntando, le vas diciendo, "Quiero una

imagen de este jóvenes sacando dinero de una de un cajero automático y está abrumado y está en la calle, pero yo me imagino una calle de la Ciudad de México y él se imaginó una calle de Van Gogh, ¿no?

Este, joven, joven que es joven es un adolescente o joven es una persona de 33 años, ¿no? Este, entonces, yo creo que como yo me imagino es que eventualmente tú vas a meter tu perfil a las empresas de inteligencia artificial para que lo que generen sea ya este pues no tanto con Prom, sino que tú le pongas una huella de tu ADN y sepan cómo eres y cómo quieres el material, ¿no?

Entonces, cuando eso llegue, pues iba a ser una locura en el en la que yo redacte algo y como las fotos en tu iPhone, ¿no? Que tiene un botoncito que dice, "mejorar" y automáticamente le movió siete rangos, ¿no? Le movió tan poquito la luz, le puso un poquito más de negros, la sobreexpuso un poco más y la cambió a vívido, ¿no?

Entonces, yo creo que llegará un momento en 10 años en el que yo escriba una nota, eh vea el perfil de quién le escribió y diga, "Ah, Jorge, escribe una nota y le dé botón de mejorar y me mejore la nota, ¿no?" Y diga yo, Ah, tiene 2500 caracteres. Oye, agrégame 500 más de contexto de mis últimas cinco notas. ¿No? Este, los hay sí. Pero bueno, aunque sea así de potente, tengo que escribirla. O sea, si yo llego a no tener que escribirla quiere decir que se basa únicamente en a partir de este audio que te acabo de cargar de la conferencia mañanera, sácame una nota. Lo que consideres más importante de lo que dijo de Telmex. De lo que dijo de Aranceles, de lo que dijo de Monterrey. Y está bien, pero al final la máquina lo va a hacer y yo lo tengo que validar, ¿no?

O sea, por más que se reduzca, siempre va a haber alguien que tiene que validar o no lo que se está redactando o pidiendo. Entonces, este, pero ya si nos ponemos a pensar en 10 años puede ser así de potente, ¿no? Este O le damos la idea a alguien a ver que le empiecen a trabajar ya, que nos den una comisión. ¿No?

E: Y sobre todo pues pueden pasar muchas cosas, ¿no? O hasta en cinco puede que ya existe esa tecnología o no sabemos, o a lo mejor y en una de esas se tarda un poco más.

JA: El crecimiento de la tecnología es exponencial, o sea, a partir de 2007, 2000, yo creo que a partir de 2007 el salto tecnológico es exponencial. O sea, mi primera conexión a internet era a 500 KB. O sea, ni con mala señal tengo esa velocidad ahora.

Antes para bajar un archivo de 7 MB lo dejabas en la noche. O sea, te ibas a dormir a las 11 de la noche para que a las 6 que despiertas, ya habías bajado una canción. ¿no? Entonces, eso es completamente irreal ahorita, ¿no? Ahorita tienes este sin con este teléfono, le puedes poner a tu iPad si quieres.

Esto es así, la brecha tecnológica es exponencial, o sea, lo que avanzamos ahora en un año lo avanzamos hace 10 en 10 años, ¿no? O sea, vean el modelo de los celulares. Ahí iban, ahí iban, ahí iban como muy parecidos y de repente se dispararon, ¿no? Y ahí también la capacidad de asombro pues cada vez es más difícil. No lo hemos perdido, pero ya que te impresiona, se dobla, ah, se dobla en tres, ah. Este, o sea, se mete al agua, este, le cae polvo, no se rompe. Hijo de la madre, falta que, no sé. Sí, de que eso pasa un palito y que se haga selfie con él.

E: De qué pasa con los iPhone, ¿no? Que sacan uno y como clientes o como consumidores esperamos más, ¿no?

Trae un nuevo botón, pero nosotros decimos, "Ajá, ¿y eso qué, no?"

JA: Y sí, porque O lo trae y está muy padre, o sea, el 16 está muy padre lo que trae el botón hacia las cámaras y lo uso realmente No lo sé, o sea, no está tan fácil, ya tiene un tema de presiónalo, no apriétalo, o sea.

E: Sí, como si fuera una cámara.

JA: O no es como cámara, es a ver, tenlo y ahí presiónalo, pero no es no es darle un toque, ¿no? Entonces a algunos nos cuesta trabajar abajo y manipular.

E: Ok. Y bueno, ya casi para cerrar esa entrevista eh ¿qué habilidades y actitudes considera fundamentales para que los futuros periodistas, reporteros puedan adaptarse y prosperar en este nuevo entorno no profesional que está marcado por el uso de la inteligencia artificial?

JA: Bueno, una parte muy importante es verificar, verificar, verificar. O sea, sí tienes que saber cuáles son tus fuentes eh si vas a utilizar inteligencia artificial, si decirle a tu prompt que ocupe fuentes verificadas o que ocupe periódicos verificados eh o decirle que no ocupe blogs o que no ocupe cierta ciertos sitios que no necesariamente pueden estar, ¿no?

Eh, bueno, no pueden estar validados de que tienen información real u oficial como puede ser pues, digo, los periódicos, las agencias informativas, las agencias de gobierno, o sea, esa es información pues real, oficial. Eso como primera parte, verificar. Dos, eh la disciplina, tener la disciplina de buscar.

Eh, y buscar y no a la primera búsqueda que encuentres este eh tomarla como la como la válida, ¿no? Estamos en una en una generación en la que cada vez es más fácil concretar las cosas, ¿no? O sea, están en el tema de el tema de la escuela, el tema de cómo nos educamos tiene un porqué y tiene un fin, ¿no? Eh, hay de repente herramientas si bien la pregunta típica, es que por qué las matemáticas, ¿en qué las voy a ocupar cuando ya sea cuando sea abogado de qué me sirve cómo sacar una tangente y una este, no sé, una variable o una lo que sea, no? Pues probablemente no te sirva mucho, pero te sirve porque te ayuda a tu desarrollo de tu cerebro, de enfrentar problemas, de hacer conciencia, de análisis de información, ¿no?

Entonces, esa parte cuando somos una eh una persona que todo lo basamos únicamente en búsquedas y no leemos, porque incluso eso pasa ahora, ¿no? O sea, a ver, chatGPT, dame un resumen de esta nota. O sea, ya ni siquiera la quiero leer, ¿no? O hazme esta nota, házmela un audio de 2 minutos, que es el tiempo que tengo para dedicarte, ¿no?

Entonces si nos ahorramos, si tomamos el periodismo con atajos todo el tiempo vamos a perder parte de la información en el camino, ¿no? Y eso va a ser, no quiere decir que no esté bien, pero va a ser en detrimento de la del lector, porque el lector va a decir el lector eh que se dedica, el lector que tiene tiempo, el lector que le importa el lector que está informado este se va a dar cuenta, ¿no?

Nosotros, por ejemplo Eh, los lectores que nos escriben es muy valioso que nos escriban porque yo les explico. A ver, esta persona estaba leyendo. Vio algo, se tomó la molestia de agarrar su teléfono, abrir su correo, escribir la dirección y ponernos lo que quiso, felicitarnos o decirnos, este, la regalaron durísimo porque esto no era así y así, ¿no?

Entonces, si alguien tiene el tiempo de eso ¿Qué sí que realmente le importa? para mí es muy importante trabajar para el lector eh y te das cuenta y para eso es muy importante cuando alguien nos escribe y sobre todo cuando alguien nos escribe para corregirnos o decirnos que nos faltó algo. Porque eso quiere decir que no importa que nosotros somos aquí inmersos si no le dedicas, si no le pones atención y si no pones disciplina, algo se te puede ir y cuando algo se te va, siempre va a haber uno.

Solamente necesitas una persona que lo vea y que te lo diga para qué entonces lo tengas como una reflexión, ¿no? Entonces, hay nuevas grandes herramientas están padrísimas, yo sé que para las nuevas generaciones es cada vez más natural cómo agarras algo, cómo editas algo.

Yo veo a sobrinos, a primos que tengo la facilidad con la que editan este sus stories y sus Tik Tok y digo, "Órale, ¿no? O sea, hasta padrísima, ¿no?" Pero esas grandes herramientas úsenlas como herramientas, o sea, es eso, no úsenlas, no son el sustituto de mi investigación, no son el sustituto de mi fuente pero que no esté mal tomar atajos, pero no pueden tomar atajos todo el tiempo.

E: Ok, y ya nada más por último para ya concluir con esa entrevista, no sé si ¿le gustaría agregar algún otro comentario respecto a lo que hemos platicado, una reflexión o algo así que quiera agregar?

-JA: Pues eh el uso de la inteligencia artificial es algo que no podemos eh dejar pasar de largo, o sea, eh no importa qué tipo de periodismo hagamos me refiero a si es impreso, a si es digital, si son redes sociales, eh es una herramienta que que ahí está, qué va a seguir evolucionando y quienes no la adopten desde quienes no la están adoptando ya, aunque sea de una forma mínima, eh cuando lo quieran hacer en dos o tres o 4 años más, va a ser más complicado, ¿no?

Por lo que también nos está sirviendo para crecer con esta evolución de la inteligencia artificial. Lo que nos ofrecían hace 3 años a lo que podemos alcanzar ahora es muy distinto y es un tema de educación de todos los equipos, no solamente el reportero, sino también eh del agente de tecnología, del agente de diseño en la cual todos nos complementamos, porque yo puedo decir, quiero hacer algo con inteligencia artificial, pero no sé cómo meterlo al sistema que ocupamos, ¿no?

Los tengo que tener a un respaldo con la parte de tecnología si lo oye ¿Cómo ves si hacemos un robot que nos ayuda a hacer esto o el otro para eh tener eh para vaya para que sea en mejora de la del producto, ¿no? Y lo que hemos visto eh todavía habrá que ver cómo evoluciona, digo, la parte de ayuda de redacción para "copy" de redes sociales va muy bien, pero siempre ese toque humano marca la marca la diferencia.

E: Ok, pues sería todo en nuestra parte y le agradecemos muchísimo el que haya accedido a la entrevista y pues realmente va a ser de gran ayuda para la realización de nuestro trabajo de investigación.

Yo sé que gracias este testimonio va a ser de gran ayuda y va a ser muy significativo.

JA: No, gracias a ustedes. Espero no haberles echado mucho rollo y que haya sido claro con las respuestas de lo que de lo que necesitan y pues mucha suerte. Están ya ante la en la antesala de su vida profesional y qué bueno que se estén esté ese tipo de experiencias platicando con mucha

gente para que tomen lo mejor de lo que escuchen y lo pueden aplicar ahora que están ya trabajando.

Entrevistador: Ok, muchísimas gracias.

Anexo 6. Entrevista a Reyna Haydee

Medio de Comunicación: Independiente

Edad: 55 años

Lugar de Estudios: Universidad de Sonora

Rol: Periodista

Fecha de la entrevista: 19 de marzo 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: Entrevistador (E) Reyna Haydee (RH)

Inicio de entrevista

E: Ok, ahorita ya formalmente iniciamos con la entrevista y primero me gustaría pues que me contara un poco sobre cómo fue su recorrido para llegar al periodismo, entiendo que es actualmente es periodista independiente y como y como lo menciona que se dedica a temas especializados en activismo, derechos humanos y justicia, pero me gustaría conocer un poco ¿Cómo fue cómo ha sido su recorrido para llegar a este a ejercer el periodismo?

RH: Bueno, pues yo empecé hace como 30 y tantos años en Sonora bueno terminé la universidad y bueno ya empecé en el imparcial que es el diario regional de acá y fue difícil entrar al Imparcial bueno pero o sea no difícil sino que hice como cinco aplicaciones hasta que bueno tres la tercera era fue la vencida y pude entrar había muchísima gente que quería entrar ahí y bueno, pues fui de la primera en entrar ahí.

Y porque te digo, hay que tener esa cosa de que yo quiero aquí y en ese momento era el mejor diario de Sonora, entonces yo pues entré ahí. Estuve ahí como unos 5 años y luego ya me fui a Reforma y estuve casi 20 años en grupo Reforma eh como corresponsal, o sea, Sonora, Arizona, Baja California Sur.

Yo trabajaba para esos tres estados y los del noroeste también, cuando se me requería y pues eh ha sido difícil porque hm o no difícil, en su momento no lo vi tan difícil, pero sí de repente un poco doloroso porque eh hay varios caminos en el periodismo. Si tú te vas por una, ¿Cómo se dice?

Por lo fácil, o sea, si te metes de repente con el gobierno, el gobierno cuando detecta un reportero crítico empieza a tratar de comprarlo. Es eso que pasa en casi todo el país. Yo ya pues ahora que estoy más nacional, pues yo me he dado cuenta de que no es solo en Sonora.

Pero bueno, cuando detectan un periodista crítico que cuestiona, que no se va por el vale de gasolina o por el regalito, por lo que sea, entonces empieza un camino un poco más difícil, más espinoso para el periodista, porque no solo primero empiezan tratando de halagarte, comprarte o tratarte de hacerse sus amigos para que tú escribas o no escribas lo que ellos quieren. O sea, digas o no digas.

Entonces, eso es un poquito difícil porque te vas como aislando, porque no todos lo aguantan, no todos aguantan a mantenerse en una línea ética y honesta. Entonces, la mayoría pues cae, entonces va a aceptar una cosa y luego otra y de repente ya eres parte del sistema fácil para el gobierno. Entonces, pues bueno, todo mi camino fue así. Desde que empecé hasta la hasta hoy todavía.

Un poco hoy y por eso ha sido un poco difícil porque si te quieres mantener, porque digo, eres humano, tampoco es como que si no tienes carro y te están ofreciendo un carro, pues imagínate tú y con estos solazos en su honor, o sea, tú dices, pues o sea, sí quiero un carro, pero no lo quiero a ese costo.

Entonces, eh es difícil pues también ya no solo es el vale de gasolina, sino que te van ofreciendo en la medida en que tú no quieres te van ofreciendo más cosas y más, o sea, y más atractivas, obviamente. Casas, etcétera, ¿no? Cuando no aceptas, pues ya empiezan los ataques a tu honestidad, a tu persona, a las difamaciones y yo y te hablo de eso no ahora, que ahora también está. Pero ahora es a través de las redes.

Ahora es un poquito más este pues se nota más porque es a través de las redes y todo el mundo lo ve. Pero hace 30 años cuando empecé, eso se hacía también, pero en los pasquines, gente que trabajaba para el gobierno escribía y no lo que le decían. Entonces, en ese lado ha sido así, pero por otro lado ha sido satisfactorio tener poder ayudar a muchas personas.

Yo digo llegó en esto cuando, eh, porque yo vengo de un barrio pobre. He visto muchas injusticias a lo largo de toda mi vida. Entonces cuando soy reportera digo yo, ah, pues yo quiero combatir las injusticias. Y lo primero que hago es ir a la cárcel a tratar de sacar Bueno, esa era mi

idea, yo tenía, ¿Cuántos años tienes tú? Yo tendría como unos 19, 20 años, Bueno, eran mis 20 por ahí.

Y quería sacar a toda la gente inocente de la cárcel. Entonces entrevistas y todo eso. Sí logré sacar a varias personas. No es que las logré sacar yo, sino que ya que un periodista se mete ahí pues ya el gobierno empezaba a liberar gente que yo iba visitaba, solo por el hecho de irlos a visitar. Entonces, eh así y así me fui, entonces eso ha sido muy satisfactorio a lo largo de toda la vida.

Ayudar, por ejemplo, a publicar lo que nadie quiere que publiques. Por ejemplo, si antes era un poco más difícil, hoy es un eso es una ventaja para ustedes o desventaja también, porque antes sí había una manifestación de maestros eh sin ningún medio iba, no se no se conocía, porque no había redes. Ahora ellos mismos se graban y se suben a las redes y dicen y aquí hay una noticia. Entonces ya tú ya puedes llegar y ampliar y ver todo eso.

Pero mientras, esto antes no era así, antes si un periodista no iba y les escuchaba y salía del periódico, en la radio, en la televisión, donde fuera, pues era muy difícil que se conocieran las injusticias. Hoy es un poco más fácil.

Entonces eh pues ha sido un camino, hoy estoy un poco más tranquila, eh un poco más consciente de todo lo que puedo y no puedo hacer y un poco más sana en lo personal porque también eh pues se ha aprendido a soltar todas las cosas malas que hay alrededor.

E: Y ahorita que mencionaba esto de la tecnología, ¿no? De que ahora ya es más fácil que se dé a conocer como dicen, ¿no? Una manifestación o un accidente, cualquier cosa ya cualquiera lo puede reportar, ¿no? Inmediatamente lo sube a redes y se viraliza o los medios lo ubican.

Entonces, y más su trayectoria que dice más de 30 años como reportera, como periodista, desde que la siguiente pregunta sería desde que inició su labor periodística y hasta el día de hoy, ¿a qué cambios tecnológicos se ha enfrentado en su trabajo? Como qué cambios antes no podía ser y ahora con la tecnología le ha facilitado le ha, Pues no sé, no quiero dar meramente la respuesta, pero sí le ha facilitado o si al contrario le han perjudicado el uso de esta tecnología.

RH: Pues no sé, mira, te voy a contar, pero mi realidad en mi vida, o sea, yo cuando empiezo, yo empiezo en una máquina este de escribir normal, tachando y corrigiendo errores con el paper, con la cosa esa blanca y había existía el Telex, no teníamos teléfonos.

Eh, yo soy de la época del fax, que para para, o sea, no había mucha en El Imparcial en ese tiempo era el más adelantado en tecnología en cuando yo empiezo y en ese tiempo dijeron un día, "eh vamos a meter computadoras". Y entonces yo era de las que se negaba a la computadora porque ya había aprendido a manejar mi máquina, entonces no era como que me resistía un poco. Y obviamente cuando aceptó la computadora, fui de las últimas en agarrarla eh, cuando la acepté, uy, dije yo, "No, pero no." O sea, me maravilló porque dije yo, "La computadora, o sea, ya no tienes que estar corrigiendo con el con la pinturita ni tienes que estar este volver a empezar otra hoja porque te equivocaste." Para empezar en eso.

Entonces, luego empezaron los correos electrónicos, fui de las primeras que tuvimos eh correos electrónicos porque El Imparcial era en ese tiempo era un periódico, el más importante y tenía recursos, entonces nos puso correos electrónicos a todos de Yahoo, del Hotmail, osea, yo empiezo con eso y pues obviamente voy descubriendo que eso pues te va resolviendo la vida.

En algún momento en ese tiempo, cuando empezaba todo el internet y les digo los correos electrónicos, todavía ni el internet, alguien me hizo una entrevista. Yo ya tendría como unos 5 años, ¿Cuántos 5 años en el imparcial? Y me preguntaba si pensaba que el internet iba a sustituir a los medios.

Y yo dije, "No, pues me sorprendí." Dije, "Yo no, no creo." Decía, "Yo no, no, no puede ser eso, ¿cómo?" O sea, el periódico es el periódico, yo era periódico, entonces la radio, o sea, la tele O sea, la televisión, televisan, dije, "Yo no creo." Entonces, obviamente hoy vemos que estaba totalmente equivocada, ¿verdad?

Porque el internet ha sustituido totalmente todo eso, cuántos medios no han cerrado en la crisis del 2008 me acuerdo que en Estados Unidos despidieron a miles, miles de reporteros. Entonces cuando empieza el internet, cuando empiezan a desaparecer los medios, empieza a adelgazar el periódico y tipo empiezan a la radio todavía tiene su corte porque pues es la radio y la televisión, quién mira ahora televisión.

O sea, tú te enteras de lo que sucede en televisión porque lo ves en las redes, porque lo bajan a las redes, no, no, porque estás viendo la televisión. Ahora el YouTube es el rey, también, fue tan rápido así la cuestión. Eh, nosotros no teníamos teléfono, teníamos una cosa que se llamaba Reaper. Entonces ahí te ponían eh te marcaban un teléfono o una palabra, comunícate. O sea, tenías que hablar a la dirección del al periódico. Entonces todos esos cambios que nos tocaron a

nosotros era impensable ver que el internet fuera o que nos tocará ver lo que estamos viviendo hoy con el internet, con la red y pues que estamos ahora, ¿no? Entonces sí, me ha ayudado mucho, fui y resistí mucho tiempo. De hecho, hoy me resisto a algunas cosas todavía en las redes.

Eh, tengo mi YouTube, tengo todas mis cuentas abiertas porque alguien me dijo, "Tú tienes que tener todas las cuentas de Instagram, de esto, de aquello y de lo otro". Pero en realidad, necesitas mucho tiempo para poder alimentarlas o alguien que te esté ayudando. Entonces, las tengo, pero realmente no las he desarrollado como quisiera o como debería.

Entonces, todos estos cambios eh han sido para bien y también, o sea, en un principio yo sí los vi como una cosa que te ayuda o sea, el correo electrónico, poderte comunicar con gente de todo el mundo. O sea, fue algo fascinante ir descubriendo todas estas cosas. Ya que podrías entrevistarnos solo gente de tu ahí. Por ejemplo, yo para entrevistar a alguien de Arizona tenía que ir a Arizona.

Tenía que ir a Baja California del sur. Entonces, de entrevista yo cubrí, por ejemplo, cuando Colosio me mandaron a hacer entrevistas a cuando mataron a Colosio. ¿Sabes quién es Colosio?

E: Sí.

RH: Me mandaron a Tijuana a como dos tres meses a buscar a los papás del de aborto y ahí voy. O sea, me tardé como 3 meses hasta que los encontré y los fui a entrevistar a California. Pero, o sea, eso hubiera sido o sea, algo ya si hubiera habido teléfono, que no hubiera teléfono fijo. Todavía no teníamos celulares y había, o sea, para buscarlo tenías que buscar en el directorio, no, te me ahora te metes al internet y encuentras a quien quieras.

Después, fue una gran herramienta el Facebook, fue una herramienta maravillosa como reportera porque ahí te podías meter a como todo mundo se desató y empezó a subir todas sus cosas, sus fotos, sus a dónde voy, en qué estoy, qué cómo, que no cómo. Empezó a subir su vida y obra. Pues era muy fácil agarrar ahí a los políticos.

Entonces, yo lo vi como una herramienta para encontrar gente que normalmente no podrías encontrar y ya le mandabas un mensaje y ya te contestó una llamada. Yo fui de las que se resistió muchísimo porque cuando se desatan las redes, el Facebook, el Twitter y todo eso, eh ya los medios no entrevistaron. No buscaban a las personas y nos decían, "Tal político subió tal tweet.

Ah, sí, estoy aquí y está pasando un accidente. Y está aquí y él ponía su toda su Facebook y Twitter. Y ya, y el periódico hacían los periódicos porque no nada más fue el mío, fueron todos, fue un poco como una revolución. Agarraban lo que decía el político en el Twitter y lo y los decían, fulano de tal en su Twitter dijo tal cosa.

O sea, la fuente no era él, era Twitter. Y entonces para mí eso era algo horroroso, terrible porque yo nací en una etapa en que periodística en que todo era, tú lo tienes que confirmar todo, absolutamente todo y escuchar a la fuente directa de los hechos. O sea, para mí era muy difícil poner en Twitter dijo tal cosa, o fulano en Twitter dijo tal cosa.

Y yo no, yo no, yo me iba a la persona, encontraba el Twitter y le mandaba un mensajito directo y le decía, "Oiga, lo quiero entrevistar de este tema o quiero ampliar el tema." Entonces mucha gente decía, "No, pues ahí lo puse todo todo. O sácalo de acá porque allá lo puse ya alguien lo retomó y lo escribió muy bien. Y entonces era batallar con eso ahora, con las redes porque ya ellos como ya lo ponían ahí, pues ya querían que todo el mundo lo tomara de ahí.

Y yo me acuerdo que en una en una en una cobertura en Tijuana eh ya estando en Reforma, había un político que se apellida Madero, si ya debe haber oído, de Madero eh Están van dando los, los gobernadores Baja California y el tipo está agarró el teléfono y estaba tuiteando, ya ni nos pelaba ahí, porque él estaba tuiteando todo lo que estaba pasando.

Y entonces como está haciendo la cobertura, obviamente, pues no eran pues, Reforma no aceptaba eso, pues que estés mandando tuits y esas cosas. Entonces le digo yo, "Oiga, deje el teléfono, déjenos algo para nosotros la noticia." Y este para que solté el teléfono porque todo lo estaba tuiteando, entonces fue enfrentar el Twitter puede enfrentar las redes.

¿Cómo yo como periodista puedo darle un extra a la al lector o al radio escucha, al televidente para que pueda informarse con mayor credibilidad? Entonces, tenías que tener más elementos, o sea, conseguir más cosas. Ahora tenías que conseguir videos, audios porque ya a la gente no le bastaba leer la noticia. Tenías que meterle audio y videos.

Llegó un momento en que Reforma tuvimos que eh nosotros, o sea, los reporteros de escritura, tuvimos que aprender a tomar videos, que no se moviera la cámara, a tomar fotos porque el lector se volvió más exigente, eh "yo quiero verlo, yo quiero escucharlo". Y ahora pues si no es video, yo tengo gente que me ha dicho que, que, si no lo dice YouTube en video, no lo creen.

Entonces, pero ahora, ahora estamos ante otra cosa distinta, bueno, pero no sé si es una pregunta ya me la vas a hacer luego, pero bueno, esa fue como la maravilla de ir descubriendo las redes y todo y ver que de repente sí nos opacó, cerraron todos los periódicos que cerraron eh han despedido miles de millones de personas y este reporté no solo reporteros, en mi periódico empezaron a despedir a unos, a otros eh porque ya no se imprimía tanto, entonces hasta que llegaran a los reporteros y los corresponsales, porque pues ya no ya todo lo podían agarrar de las redes o de la misma fuente que lo subía y empezó esa ese tipo de notas que te digo.

Eh, fulano de tal, a través de Twitter o a través de sus redes, dijo tal cosa. Entonces, ya no íbamos a la fuente directa. Ya, ya lo agarramos de las redes por la inmediatez, por lo que tú quieras y eso fue perjudicando mucho al periodismo y lo sigue perjudicando hoy con la inteligencia artificial y con la pues con las redes, pero continúen.

E: Ajá. Y ahora, esto último ya nos comentó de los cambios tecnológicos. Eh, ¿usted ha trabajado con herramientas de IA? Porque dice que se resiste mucho, ¿no? Incluso se resistió al internet, ¿pero las ha utilizado herramientas de IA para realizar sus actividades periodísticas?

RH: Para mi trabajo periodístico no. Definitivamente no. Pero, pero fíjate lo que me pasó el otro día. Sí tengo muchos amigos reporteros que me dicen, "Úsala." Porque te va a resolver la vida. Y de hecho me ayudan con cosas.

Cuando yo digo, "No encuentro tal cosa." se lo mando a, tengo una amiga reportera en Baja California Sur que ella está bien, si quieres entrevistarla, te la paso, pero ella es bien avanzada en todas esas cosas y ella me gusta. Mira lo que dice la guía. Entonces, he hecho ejercicios de guía y encuentro que pues dice muchas mentiras. Entonces, eh de mí misma dice mentiras y Tú le preguntas quién es Reina Irene Ramírez, te va a decir hasta que estoy casada.

Entonces te escribe lo que sea, no tiene problema en agarrar de aquí y de allá y, y, todo lo que hay, por ejemplo, de mi persona pues, pues, son casi muchas cosas son mentiras porque pues yo nunca voy a conocer mi de mi vida privada. Nunca lo hice, en 30 años yo no subí al Facebook mis fotos. O sea, jamás.

Sí he subido una que otra, pero ya ha pasado como al año. O sea, ah, me acuerdo que en tal fecha fui y tal par, ¿no? Son las fotos que andan rodando por ahí mías.

Pero este Pero entonces esto de ella no, he utilizado, pues obviamente, el Google, he utilizado las, las redes, las uso y para buscar personas, para confirmar datos eh pero yo sigo yo continuo con mi con mi fuente primaria, o sea, yo tengo que llegar a la fuente primaria.

Entonces al reportero, al reportero de calle, yo o sea, no sé si será porque yo soy a la antigua, o sea, tengo muchos años en esto, entonces a lo mejor yo no me doy por que yo no le doy crédito eh a la inteligencia artificial y fíjate que estoy por tomar un curso de eso justo para empezar a meterme en eso, pero no si para no tanto para No pienso que para usarla, sino para más bien para conocerla y saber los alcances que se tienen y cómo podrías utilizarla porque ya hay este eh gente que lo hace.

Entonces, por ejemplo, ahora tenemos un gran debate nacional. Hay un gran debate no tenemos como sociedad, me refiero. Eh, sobre el video, el último video que salió de estos grupos que dicen eh de de un cartel de por lo de Teuchitlán, . Entonces, dicen, o sea, se está dudando si el video es real, si no es, sí sí es, sí se harán ellos que no será.

Entonces la inteligencia artificial ha llegado a esos niveles y que te pueden poner a ti de maneras. Entonces ha abonado más a la a la a las noticias falsas, fake news que le llaman en inglés y ha abonado también más a desvirtuar realidades.

O sea, es un poquito más difícil llegar a una verdad y ya nadie lo va lo prestan tan fielmente porque a confundir a la sociedad. Ahorita está confundida la sociedad porque si lo dijeron o no lo dijeron esto, si está amenazando o no está amenazando o o qué es lo que está pasando con esto.

Entonces, te confundes y desvirtúan un hecho, te desvías del hecho real que es el que allí había fosas y que ahí había tal, o sea, hay un hecho y fíjate, qué interesante, el hecho es que era un rancho donde había fosas, donde había ropa, donde había eh que encontraron muchas cosas. ¿Y quién da fe de lo que está ahí? Un fotógrafo.

Un fotógrafo con su cámara que llevó al lugar y pudo, pudo, tomar evidencia fotográfica de lo que ahí había. Entonces, ya lo que estamos viviendo ahora pues ya son cuestiones de de, de, inteligencia artificial y después para tratar de desvirtuar. Ese es un lado de la de, de, este tipo de, de, inteligencia.

Y la otra parte, lo bueno es que hay gente que lo utilizó para bien y nos puede decir cómo era el rancho, cómo se fue transformando el rancho a lo largo de los años. O sea, de que no había nada

ahí y cómo, cómo, poco a poco aparecieron manchas negras en el predio. O sea, eh que podría ser ya ni siquiera lo das por hecho, ¿no? Que podría ser evidencia de que ahí se quemó ahí.

Entonces, ¿Cómo se fue transformando a lo que es hoy? Entonces, hay dos formas de utilizarla y yo digo que eh que lo ideal para un periodista, no sé qué tan difícil va a ser para ustedes porque ustedes ya nacen con ella. O sea, ya es una herramienta que tienen ahí y que va a estar ahí y que ya puedes empezar a trabajarla.

Pero los que vendimos de antes pues eh es un poco difícil y no tanto por el manejo, sino por la credibilidad que le puedas dar a su uso o lo uso más bien es cuestión de de, de, le creo o no le creo. O sea, alguien que se hizo la cosa esa de que si tu mamá te dice que te quiere, dicho gringo, pues comprueba.

O sea, no es cosa de que de que vas a creer está todo por hecho, ¿no? Entonces, ha cambiado mucho esto y antes decías, decías, ¿Cómo le doy credibilidad a esto que están diciendo?

Ah, bueno, pues le hablo a, a, 5 días antes y ya me dice si puedo armar una algo más más real, más de hechos pues, no tanto de, de, pues de credibilidad total no, no creo que exista algo en, en, México a menos de que alguien lo viva, pero, pero, es difícil también. Entonces eh yo sí eh inteligencia artificial como tal, no.

No, no la no la Quizá cuando la empiece sé usar, te diré, para mi trabajo, pero ahorita de momento no la uso ni y le tengo reservas. Pero al internet sí, ya ya le ya estoy más adaptada a él y, y, pues ha sido, como te digo, un arma de dos filos.

E: Entonces nos decía que no como tal y entonces tampoco ha, ha, colaborado en algún proyecto relacionado con ella, con algunos otros periodistas o algo así.

Eh, y ahora va la pregunta que dice que le hicieron hace años, ¿no? Igualita, es como si estuviéramos y sí, ahorita que me dice pues suena irreal, ¿no? Hace 25 años o no sé cuántos le preguntaron así el internet y ahora yo le voy a hacer esta pregunta, ¿Considera que en el futuro la IA sea capaz de reemplazar ciertas actividades del trabajo periodístico?

RH: Pues fíjate que ahora ya estoy más abierta porque en ese momento para mí era impensable que, que, el internet nos fuera a, a, quitar del camino, ¿ve? Cada vez somos más los periodistas independientes.

Bueno, en mi caso particular, yo no quiero trabajar en un medio porque ya trabajé mucho tiempo y este y ahora quiero trabajar por, por, Fíjate que la mañanera me ha dado por oportunidad, de

repente no me deja entrar, pero me ha dado esa oportunidad de mantener la independencia porque, pues puedo estar ahí, yo me registré ahí como reportera independiente totalmente.

Entonces, yo creo que los agarré y me aceptaron como independiente. Entonces, cuando me querían sacar en el sexenio de López Obrador me querían sacar decían, "Oye, regístrate con algún medio, tienes que eh porque querían controlar al medio. Eso no ha hecho el sistema nada, decía al medio, "Oye, ya no la tenemos aquí." Y con la mano de la cicatriz te corran.

Pero yo tuve la idea de registrarse como independiente y por eso sigo ahí porque intentaron de muchas maneras sacarme tratando de, de, controlar a un medio de los que yo mencionaba y este Pero bueno, el caso es que eso ha servido y y en ese sentido pues sí es bueno trabajar para los medios, la gente que va pensando es bueno que trates de trabajar en los medios importantes para que aprendas las bases del periodismo.

O sea, hoy es un poco distinto, pero, pero, es importante trabajar en un medio muy importante. Bueno, tú hazle la lucha, se trata de No sé, un gran periódico, una gran lo que quieras.

Que tú dices, "Ah, soy parte del sistema." Es que sí, siempre ha sido parte del sistema, pero vas a aprender bases y vas a poder hacer tu, tu, trabajo de, ¿Cómo te diré? Vas a poder hacer, después vas a encontrar la forma de, de, publicar lo que lo que ayude a la sociedad aún estando en esos medios, que yo lo hice muchas veces, ¿no?

Pero estando aún en Reforma, yo publicaba cosas de la sociedad, aunque a veces no les gustaba a ellos. Pero eso lo aprendes con el tiempo, o sea, eso no lo aprendes de momento. Tienes que foguearte primero para poder encontrar la manera de publicar lo importante en el medio importante en que estás.

Pero bueno, eh yo digo, eso obviamente hoy estoy más abierta, que por supuesto que yo pienso que, que, ya hay medios que, que, tienen a sus que algunas noticias las dan las la inteligencia artificial en Estados Unidos, en Europa eh en México han hecho intentos de, poner a alguien ahí y lo usan en la en las redes lo usan, de repente una, una, cara muy bonita te está diciendo algo y tú ya puedes distinguir si esa inteligencia artificial o no.

Entonces, eh ya se está usando eh los medios cada vez, cada vez están prescindiendo más de los reporteros porque yo creo que es por la precariedad económica, ¿eh? No creas tanto por la cuestión de que la inteligencia artificial nos está beneficiando, más bien a la par de que está trayendo la inteligencia artificial está creciendo, o las redes, la inteligencia y todo esto, está

creciendo también una precariedad económica importante no solo en entre el gremio, sino en los medios, en los grandes medios.

Entonces, reducir costos es algo importante para ellos y sí están reduciendo costos, pues obviamente si hay una máquina que te puede hacer una nota rápido y porque ya las hay, ya lo hacen y no tienes mucha rigurosidad periodística eh pues pues la tiras así. Que luego vendrán los ¿Cómo se dicen? Los derechos de réplica y todas esas cosas, ya es otra cosa.

Pero, pero, lo medio es importante todavía no es como que es una herramienta que se usa, pero no es no es como que le dan totalmente la credibilidad a eso. Y tampoco en los grandes medios es preferible tener un reportero que tener a una máquina, ¿verdad?

Entonces, pero eh pero sí, sí van a, a, va a llegar un punto creo yo en que eh quizás otros 30 años ya estemos viendo este a reporteros de inteligencia artificial que incluso ya andan en la calle. Bueno, de hecho en China, en no sé qué países ya hay robots que hacen las labores de las personas.

Entonces, eh, no creo que sean otros 30 años volvamos a platicar. Por favor, a Dios que yo esté aquí, si no, pues ya no te lo dejaré por escrito. Este, pero, pero, o sea, yo creo que vamos eh está yendo tan rápido que mira, me ha tocado ver a mí todas estas cosas eh cómo se han estado cambiando. Y no pienso en una hora, no pienso que nos van a sustituir totalmente.

Pienso que quizás pueda pasar en 50, 100 años, no sé. ¿Quién sabe si la humanidad llegará a 50, 100 años más? Pero que es cuando que podría pasar, pero otros con otros 30, mínimo otros 30 años que, que, pueda que podamos tener eso. Pues eh puede ser, pero por lo pronto no creo, en las próximas décadas no Espero que nos alcancen nos puedan sustituir, sobre todo en México, ¿eh?

Puede ser en Europa o en Estados Unidos, pero en México no creo que nos alcancen a sustituir por lo menos en unas dos o tres décadas más. Entonces eh pues eso es una oportunidad para hacer periodismo y tratar de hacer periodismo de calidad.

Eh, hoy tienen más dificultades porque es más difícil corroborar los testimonios o las pero yo digo que ir a la fuente primaria pues siempre va a seguir siendo la principal herramienta para los periodistas, para los reporteros. Entonces, ya me contarás tú en 30 años. ¿Cómo terminamos?

E: ¿Cómo vamos? Pues sí, esperemos estar ambos, ¿no? Porque igual ya no uno no sabe. Eh, y ahorita lo último mencionó de la calidad, ¿no? Eh ¿considera que el público percibe de manera

diferente las noticias generadas por IA a diferencia de que un reportero la escriba? como dice, "Vaya la fuente, reporte desde el lugar de los hechos y la redacte." Habrá una noticia que la generó la inteligencia artificial.

¿Considera que el público la va a percibir de diferente forma?

RH: Bueno, ahora es que hay unas que ya están tan bien hechas que no que no es, es, sí para uno a veces es difícil distinguir, pero aún yo todavía yo todavía creo que ahorita le dan más valor al reportero que a evaluar. Y todavía en México es más valorado eso que alguien que te está reportando desde el lugar de los hechos, ¿no?

Eh, eso todavía tiene gran valor, de hecho tiene más valor que, que, que, solo escribir desde un escritorio y en el caso de la inteligencia artificial puede ser, por ejemplo, el video ese que está bien hecho de, de este grupo, o sea, está tan bien hecho que tú que lo pones en duda. Entonces, una nota bien hecha también la puedes poner en duda.

Y yo creo que ya hay una palabra que le dan al hecho de educarnos en lo tecnológico. Yo no me acuerdo ahorita cómo se llama, pero es una palabra eh, que hay que ubicar que hay que educar a la sociedad en lo tecnológico justo para que no ocurra esto que tú estás diciendo, que, que nos que podamos identificar cuándo es una noticia falsa, cuándo es una noticia real.

Entonces, ya hay una avalancha de noticias falsas y no solo por inteligencia artificial, sino por muchos sistemas ya eh en las redes en el internet, pero y es muy difícil eh identificarlo. Entonces, si, si, a veces para los peritos, para la gente, de hecho yo oía que un perito estaba diciendo del video este y había alguien que decía que 100% no lo iban a poder saber si era real o no era real.

Y hay otro que decía eh otro perito que decía es real es 100% real, ese ese video sí lo hicieron tales, tales para saber, pero ya el hecho de que haya tanta controversia y eso también es bueno.

El hecho de que se genere tanta controversia sobre X o Y el tema de, de tal cosa, pues te da pie a que a que dudes no solo de la de la inteligencia artificial que, que creó una nota, sino de o de una nota creada con inteligencia artificial o de una nota creada como justo para desviar el tema o de un hecho que fue reportado con un reportero. O sea, que fue en el lugar y que lo consiguió.

Yo todavía prefiero o confío más en reporteros e incluso en medios, ¿eh? Porque hay medios que pues que hay reporteros de todo. Pero en la medida en que tú lees noticias y te vas dando vas conociendo a los reporteros, no necesariamente los tienes que conocer. Lee lo que escribe y de

esa manera o lo que dicen en la radio, en la televisión o, o en la las redes, digital, los medios digitales, tú lo lees y en la medida que lo lees y lo ves, te vas a ir dando cuenta si ese reportero está haciendo periodismo de calidad o no. Pues en la medida que lo estás leyendo y sobre todo cuando escribes de tu región.

Dice, "Ah, yo vivo en esta colonia y lo que pusieron de este eh de, de lo que pasó en mi colonia, eh tal reportero lo hizo, lo escribió mejor." Entonces, de esa manera vas a ir identificando a quién puedes leer y en quién y puedes copiar. Pero yo tengo también una máxima que, que, que la aprendí también hace muchísimos años.

Lo que digan los medios y ahora lo que digan las redes y lo que diga la inteligencia artificial, eh, tú crees, no creas la mitad. No creas la mitad y la otra mitad ponla en duda. O sea, nunca de esa manera no vas a poder este no te vas a ir en el viaje con una noticia. o falsa o hecha por inteligencia artificial, incluso realizada por un reportero.

E: Igual menciona esto, de que no creemos siempre todo, ¿no? Porque no sabemos realmente al 100% la realidad, ¿no? La verdad. ¿Piensa que la inversión de la IA en los medios de comunicación afecta la credibilidad de la noticia y la ética periodística?

RH: Pues yo no creo que la inteligencia sea así como tal, más bien es el uso que le damos las personas. O sea, son, son las personas al final las que lo están usando y las que cómodamente la transmiten. Entonces, no es tanto la inteligencia artificial, es una herramienta, es una herramienta de doble filo, pero si tú la usas para bien, más que, que, que afectar la ética y la y la de todo eso, eh no es no es la vivienda en sí.

O sea, tú pues yo creo que le podemos sacar el mayor provecho posible a este y usarlo en beneficio de lo que hacemos. Eh, pero también dependiendo quién lo use y cómo lo use es como va a afectar la ética o no de, de lo que hacemos de periodismo.

E: Ok, y acá si para hacer la entrevista otra pregunta que le quiera hacer, ¿qué actitudes considera esenciales para que un periodista se adapte y se prepare en este nuevo entorno laboral impulsado por la inteligencia artificial? Nosotros como futuros periodistas, ¿qué, qué nos O sea, qué recomendaciones nos harían, ¿no? ¿Qué actitudes considera que tendríamos que tener?

Más a lo mejor del uso tecnológico, qué otras actitudes cree que siempre tenemos que tener para para que vaya no seamos desplazados por la inteligencia artificial o por alguna otra tecnología.

RH: Como te digo, por ejemplo, yo recomendaría y te lo digo por los 30 años. Te voy a contar una anécdota. Este, que no se me olvide decirte que tienes que estudiar inglés. Es básico. Sobre todo porque toda la guía y todo eso se mueve a nivel mundial en inglés, o sea, China y toda Europa y todo incluso en Europa.

Entonces, pero te voy a contar una anécdota que, que un tiempo cuando se hace la la que ya está Fíjate, ya no te va a tocar ni la, la de transparencia. Hubo un tiempo en que entra con fuerza la, la, el sistema de transparencia de acceso a datos. y se crea una generación de reporteros de datos. Reporteros de investigación que, que, indagan datos y que tienen muchísima facilidad para para escarbar en, en, los datos públicos o en todo esto, ¿no? Y bueno, hay otra eh la, la, otra generación, nosotros que nos creamos en, en, la averiguación de calle del trabajo de campo.

Y entonces llega un momento en que se dan cuenta, ya, ya, pasó esa etapa, llega un momento que, que, te das cuenta que con los datos, si no tienes la capacidad de escribir una crónica, o sea, se adentraron tanto los datos que dejaron por fuera el trabajo eh, eh, la capacitación o la o la experiencia de trabajar crónica, reportaje, etcétera.

Entonces Si no tienes esta capacidad de poder desarrollar una buena crónica, tus datos van a ser solo prodatos. O sea, no vas a poder transmitirlos a la sociedad de tal manera que lo comprenda. Si no tienes ese trabajo de calle, de periodístico, de de, de ir al lugar, de hacer entrevistas, o sea, los datos son un súper herramienta y le da mucho mayor credibilidad a lo que tú haces, periodista.

Pero si solo te dedicas a los datos y te falta esto, pues entonces está como medio incompleto tu periodismo.

Y después lo que pasó es que se empezaron a hacer alianzas, tú que escribes muy bien y que sabes hacer crónicas y que vas al lugar de los hechos y sabes entrevistar gente, sabes llegar a la gente, nos contamos tú y yo que yo sé mucho de datos y ahí salieron unos grandísimos reportajes que todavía son épicos y y son este y que han dado y que han tumbado incluso gobiernos y bueno, no en México, pero sí en otros países y que han ayudado a la sociedad.

Entonces, ahora, ahora que tenemos ya no vamos a tener la, la, transparencia tan fácil, pero yo sí recomiendo para que no te pase tú que naces en la IA, los nuevos reporteros están naciendo con todas las redes con toda la inteligencia artificial con todas estas herramientas que te van a que de

algún momento vas a decir, "Uh, qué fácil la vida con esto." A Google le pregunto tal cosa y rápido me lo da. Eh, y sí, ¿tú qué tienes todas estas herramientas?

Entonces, no dejes de lado los principios van sobre el periodismo. Que es el reporteo de calle, ser un reportero de a pie. Salir a la calle, ver la realidad. O sea, tus datos y todas esas herramientas que estás adquiriendo ahora de inteligencia artificial, de internet y todo lo que tienes ahí, que te lo da el mundo de las redes y todo eso, el mundo del internet.

Y todo eso va a ser complemento de cómo tú te desarrolles como periodista al eh, eh, que empieces con todo eso. O sea, no, no, no te separes como lo hicieron en su momento los de los datos pues, porque entonces vas a estar como incompleto. Y para hacer algo de mayor credibilidad y de mayor calidad, o sea, tienes que adquirir herramientas. Si hay algo básico, leer. Leer. Leer.

Siempre leer lo que sea. Leer de preferencia y, por ejemplo, yo para poder hacer para inspirarme, yo leo novelas clásicas. Porque ellos tenían una un, o sea, era otra etapa, era otra época y, y, escribían con tanta sencillez que por eso son trascendieron a lo largo de la historia. O sea, a lo largo de siglos, décadas, todo lo que es este eh, ¿Qué te puedo decir?

Dumas y toda esa gente que que, que, que, en mi güey y cómo me gustan los otros que he estado leyendo, estoy leyendo ahorita uno, que ya ni me acuerdo el nombre, pero, pero, es que escribe tan bonito que te tiene a la O sea, a la expectativa de terminar de leer el, el libro, ¿no? Entonces, luego te va a pasar el nombre porque me encantó.

Eh, pero es que escriben con escribían con un lenguaje muy sencillo, entonces si tú lees, lee siempre, lee. Yo sé que hoy internet nos atrapa y es más fácil ver, escuchar o ver documentales o o ver películas o ver X o Y tema, pero, pero no dejes de leer, porque además de eso te va a ayudar en tu redacción, en tu escritura, en que no tengas faltas de ortografía, con el tiempo lo vas a ir a eh eh notando.

Eh, lee también el, el, trabajo de otros periodistas destacados eh leer también para saber lee a los premios Pulitzer, a los premios de Eh, bueno, ya últimamente los premios se los dan, cualquiera se los gana, ¿no? Pero eh lo que escriben en el mundo, los grandes periodistas. Léelo. Y no solo, bueno, en, en, Europa y en Estados Unidos ya están haciendo un trabajo muy interesante sobre inteligencia artificial. O sea, de ya utilizar todo esto que tú estás haciendo como herramienta. Entonces, encontrar a esos reporteros y leerlos, leerlos, leerlos. Entonces de esa manera vas a ir

haciendo un acervo personal que va a ser la diferencia entre tú, tú, como periodista y otros que también andan en el mercado. Entonces, ¿Cómo puedes hacer la diferencia? Pues capacitándose lo más que puedas. Lee, lee, lee.

Y no solo lo de aquí, sino lee lo de Europa, lee lo de Estados Unidos, grandes reportajes, New York Times, todos estos periódicos y algunos tienes que pagar, otros no, pero, pero, todo lo que veas gratis de leer, léelo.

Y eso te va a dar herramientas para que tú puedas usar la inteligencia artificial de una manera más creíble y ética en, en, el periodismo que vas a empezar a hacer y separarte un poco de lo que hay en la maraña del internet, de las redes y todo lo demás. Esa va a ser la diferencia entre, ustedes los, nuevos que vienen ahora y los que ya pues ya vamos para adelante.

E: Ok, muchísimas gracias. Y no sé si tenga algún otro comentario que agregar, que le gustaría comentar algo más o no sé.

RH: No, pues qué más puedo hacer. Eh Voy a explorar la idea para que veas. Voy a explorar todo eso. Eh, no solo decir que eh pues yo estoy muy encantada.

Muchas gracias por contemplarme para esta entrevista y porque a mí me gusta muchísimo platicar con las nuevas generaciones. O sea, lo poquito que pueda aportar para poder, pues no sé, decirle, "Mira, por aquí ya, ya, caminé." Eh, fíjate para no esperar a ver que te sirva para tú para cuando te vayas abriendo tu camino.

Entonces, no te preocupes que estás en un lugar muy competitivo, no veas eso, que nunca digas, "Híjole, ahí hay mucho aquí, no, híjole, ahí no me van a aceptar." Nada es imposible, nada es imposible. Tú vete de frente con lo que quieres y, y, ahí vas a ir descubriendo lo que necesitas para poder llegar.

O sea, no, no, te nunca digas, "Esto no puedo, esto sí puedo." No, no, no, no, no, tú nunca piensas en que no puedes salir. No puedes, porque es en lo que estás y es en lo que quieres estar.

Anexo 7. Entrevista a Marcela Nochebuena

Medio de comunicación: Animal Político

Edad: 39 años

Lugar de estudios: UNAM

Rol: Periodista

Fecha de la entrevista: 29 de marzo 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: (E) Entrevistador (MN) Marcela Nochebuena

Inicio de entrevista

E: Entonces es lo que nos estamos más que nada preguntando y es lo que queremos conocer, ¿no? Y cómo lo vamos a conocer, obviamente a través de la investigación. Eh, pero también a través de varias de vaya, ¿no? De las personas, de los periodistas, de los trabajadores de la comunicación que que vaya que están viviendo este impacto, ¿no?

Si lo están viviendo como lo están viviendo y si no lo están viviendo, pues qué panorama ¿Creen que eh se vaya a plantear con esto de la inteligencia artificial?

MN: Okay. Sí, adelante.

E: Ok, y bueno, es como una pregunta de rutina, pero ah ya ya igual se había presentado anteriormente en la conferencia, ¿no? Bueno, yo conozco ya un poco de su trayectoria, pero me gustaría saber ¿Cómo fue su recorrido para llegar al periodismo? ¿Qué estudió? Eh y todo eso.

MN: Ajá. Bueno, yo soy Marcela Nochebuena. Soy actualmente periodista y docente en la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM. De hecho estudié la carrera de ciencias de la comunicación en esa facultad con la opción terminal de periodismo de las cinco que hay en la facultad. Eh, quiere decir que pues egresé como tal como, eh, periodista, digamos. Y en un principio al egresar trabajé brevemente en el monitoreo de noticias, después ya mi carrera, digamos, como periodista inicié en el periódico Reforma. Eh, después estuve en el periódico gratuito Más por más.

Posteriormente me dediqué un tiempo a la investigación académica en Seneval eh un tiempo corto de 1 año más o menos. Y fue en ese momento cuando empecé también a ser profesora de asignatura en la UNAM, en lo cual llevo 10 años. Y después de Ceneval eh bueno, trabajé en el área de comunicación social también en la Secretaría de Gobierno de la Ciudad de México con Patricia Mercado y eh después de eso pues regresé, digamos, una segunda vez a ejercer 100% como periodista mediante colaboraciones independientes, digamos, con ruido en la red y mexicanos contra la corrupción. Después de eso volví una temporada a la comunicación social, estuve a cargo del equipo de comunicación del Consejo para prevenir y eliminar la discriminación de la Ciudad de México. Y bueno, hace casi 3 años, eh, 3 años ya en abril se cumplen.

Empecé a trabajar en el medio digital nativo, Animal Político y pues ahí cubro la fuente de género, derechos humanos y un poco salud que bueno, pues también rosa el asunto de derechos humanos y eh y bueno, básicamente pues todas todas las los temas que tienen que ver con la agenda sociales y de víctimas o de grupos vulnerables, y pues es más o menos una síntesis.

E: Ok, muchísimas gracias. Entonces, haciendo cuentas más o menos ¿Cómo cuántos años llevaría de experiencia como tal, como periodista?.

MN: Como periodista, bueno, digamos de toda mi experiencia profesional, pues desde 2009, que son 19, 16, ¿no?

E: Ajá, 16 años.

MN: 16 años eh, de 16 pues más o menos la mitad han sido en medios de comunicación y pues digamos si una mitad o poco menos de la mitad en oficinas de comunicación social.

E: Okay, muchísimas gracias. Y ahorita que comenta, ¿no? Bueno, haciendo la cuenta de 16 años, eh los cambios tecnológicos pues están a la orden del día. Ajá.

Eh, o sea, por ejemplo, con otro periodista lo comentaba, ¿no? El hecho de ahorita poder tener una entrevista, vaya, con un teléfono, con los smartphones o con una computadora, pues hace 10 años o 15 años no era como que ni lo pensabas, ¿no? muy pocas personas tenían acceso a estos recursos. Entonces, eh a pesar de que sea un poco una periodista joven y que con poco Bueno, no sé si poco mucho tiempo de experiencia, pero 16 años, pues obviamente ha habido muchos cambios tecnológicos en este periodo de tiempo.

Desde que inició su labor periodística y hasta el día de hoy se ha enfrentado a algunos cambios tecnológicos en el ejercicio de su profesión, especialmente periodística.

MN: Sí, pues totalmente eh la verdad no lo vería como un enfrentarme tal cual, sino creo que eh ha ha habido, como dices, esa incorporación o esos cambios tecnológicos y la mayoría creo que se han dado para facilitar el el trabajo, ¿no?

Siempre y cuando no queramos que todo lo sustituya la tecnología, pero pues sí, cuando yo empecé, digo, ya existían obviamente las grabadoras de voz eh ya existían los teléfonos inteligentes, pero no con un uso tan masivo como ahora, incluso pues creo que en reforma al principio usábamos teléfonos que solo nos servían como tal para para hacer llamadas y bueno, estuvo el tiempo también como de las Blackberries, ¿no? Eh, pero creo que, por ejemplo, el poder hacer todo con un solo aparato, cuando yo empecé pues sí tenía ese teléfono que solo me servía para hacer llamadas y una grabadora pues de esas como de reportero, ¿no? Por ahí la tengo todavía, pero hace mucho tiempo que no la uso, que únicamente graban voz.

Y pues hoy con tener un celular puedes grabar la voz eh hacer la llamada, hacer incluso un meet, ¿no? Una reunión virtual para que puedas ver a la persona, una videollamada pues eh pues eh redactar la nota ahí mismo y enviarla, ¿no? Que era algo que antes no existía por ejemplo, tampoco existían los envíos por correo.

En realidad nosotros en ese tiempo ocupábamos los auxiliares de la redacción, que era una figura como de asistente de la sala de redacción que además tomaba el dictado, ¿no? Cuando estabas en una cobertura y demás, como no teníamos en el teléfono la facilidad de enviar por correo, pues hablábamos por teléfono y le dictábamos a esa persona.

Entonces, creo que en ese sentido ha facilitado ese cambio que ha sido realmente drástico, ¿no?

Cuando miramos para atrás y creemos que hay hubo un momento momentos en que en que no había cosas que hoy tenemos o herramientas que hoy tenemos, pues es realmente corto el tiempo, aunque sean 16 años, es corto para todos los cambios que ha habido y todo lo que se hace hoy con un solo aparato y ya sin depender de auxiliares, por ejemplo, ¿no? De personas que hacen la función de auxiliares. Entonces, sí me he enfrentado a ello, pero en general creo que me ha servido para pues eso.

E: Ok, ahorita que comenta eso de reforma también ahorita me viene a la mente que el director editorial digital nos comentó, ¿no? Que igual antes en el periodico Reforma también recolectaban creo que las cintas, ¿no?

De cuando querían publicar notas vaya de hechos que ocurrieron pues momento al instante, creo que las dejaban en ciertos puntos, ¿no? Fue lo que nos contó como que una persona en motos o personas en moto se encargaban de recogerlas para de nuevo llevarlas a la redacción, ¿no? Y ya recopilar como que toda la información.

MN: Sí, seguramente. Pero yo creo que eso funcionaba más para el caso de fotógrafos y de video. Pero sí, por ejemplo, los eh a lo mejor en el caso de los fotógrafos y gente que tomaba video, pues no podía regresar a la redacción cuando era una cobertura de mucho tiempo, ¿no? De 1 día, por ejemplo, estar ahí todo el día. No sé. pienso en un sismo, digo, obviamente, en el 85 ya apenas iba a nacer y el 2017 me tocó ya pues con la con la incorporación de tecnología, pero si en ese momento hubiera habido un sismo, pues bueno, tienes que estar en el hogar y seguramente mandaban a recoger el material, ¿no? Eh, pero también era en el caso de fotógrafos y reporteros, pues la mayoría tenemos que regresar a la redacción, ¿no?

Ah, por eso también existían todavía con más fuerza las redacciones presenciales. Todo el mundo tenía un lugar ahí porque era necesario que regresaras y una computadora O sea, una PC en reforma, yo me acuerdo que cada uno tenía un un cubículo, digamos, asignado y una computadora de escritorio.

Una PC para regresar y hacer tu nota, porque realmente no era como que anduvieras con una laptop todo el tiempo. Eh, no para todo, en los celulares no se podía hacer el envío. Entonces, regularmente sí hay esta costumbre de regresar a las redacciones, ¿no? Hoy estamos ante redacciones casi al 100% virtuales.

Te puedo decir que Animal Político digo, tiene oficinas hoy las tuvo antes de la pandemia en otros en otras locaciones y es un medio que surgió 100% en internet, nunca ha tenido una versión impresa. Pero digamos que en la pandemia pues empezó a existir la redacción por lo que yo sé, pues yo entré en 2022, de manera 100% virtual, ¿no? Incluso dejaba durante ese tiempo y durante mucho tiempo incluso del que ya consideramos post pandemia, de hecho cuando yo entré a trabajar Animal Político no había una oficina física.

Ya todo era bueno, tienes tu teléfono que ahora sí pues tiene todas estas todas estas funcionalidades, tienes tu computadora y pues todo lo haces en en tu espacio, ¿no? Ya sea en tu casa o en los lugares a donde tienes que ir a hacer entrevistas, a currículum, eventos.

Y ya hasta hace muy poco se retomó lo de las oficinas, de hecho casi que es de este año, pero tampoco son oficinas que tengamos que estar todo el tiempo, ¿no?

O que digas, no tengo que regresar o ir a la oficina para mandar mi nota, pues no, eso ya no existe, como en algún momento sí existió cuando yo inicié en Reforma.

E: Okey ahorita que nos comenta de eh que ya realiza su trabajo de diferentes formas, bueno, ya vaya desde la desde lo remoto, ¿no? No necesariamente presencialmente. Y ahorita mencionando estas tecnologías eh que si bien son ya no son tan nuevas, ¿no?

Porque como mencionamos en 16 años pues han pasado muchísimas cosas o a partir de la pandemia realmente la reconfiguración de la sociedad pues se transformó, ¿no? Se reconfiguró como como lo mencioné. Eh, el hecho de consumir cosas, consumir contenidos, consumir igual inclusive productos, ¿no? Todo esto, las plataformas de e-commerce y todo esto.

Eh, pero realmente igual tiene poco que esto de inteligencia artificial eh está empezando a resonar, ¿no? Que cada vez lo escuchamos más. Cada vez lo vemos más, ¿no? Nos preguntamos qué es o vemos que varias empresas lo empiezan a impulsar. Entonces, bajo esto Ve bajo este contexto que me menciona que utiliza las herramientas para su labor periodística, pero sobre todo que le han facilitado, ¿no? O le han reducido la carga de trabajo. Específicamente de herramientas de inteligencia artificial ha utilizado alguna de ellas para para realizar alguna de su algunas de sus actividades periodísticas?

MN: Sí, yo creo que había, hay, una herramienta en particular que eh yo no la había pensado tal cual como como inteligencia artificial, pero realmente sí lo es. Y esta la utilizo desde hace relativamente poco, yo creo año y medio.

De hecho no la utilizaba el Bueno, al principio que estuve en Animal Político no sabía que existía. De hecho no sé cuánto tiempo tiene de existir, pero es una herramienta que se llama Pin Point, que está facilitada por Google y es una herramienta que utiliza la inteligencia artificial para transcribir audios. Entonces pues solamente ingresas el audio y lo carga y lo transcribe, ¿no? Y eh obviamente pues tiene sus deficiencias. En realidad es una herramienta que yo utilizo como orientación, ¿no? O sea, para evitar lo que hacíamos antes, por ejemplo, hablando de todos estos

cambios tecnológicos, pero la verdad es que no estoy segura que yo haya hecho siempre transcripciones completas. Lo que acostumbraba antes era más bien identificar el minuto, ¿no? Donde se decían las cosas relevantes y después este tal vez sí lo escuchaba completo, pero solo transcribió la parte que ya había identificado como relevante. Eh, Pinpoint transcribe el audio completo, pero un poco eh lo uso de una manera orientativa similar a la de antes, ¿no? Eh, de ese completo pues yo a lo mejor ahí me ayudó a identificar las partes relevantes.

Y eh esas sí las vuelvo a escuchar porque la transcripción no siempre es este Digo, es muy acertada y se acerca mucho a lo que a lo que realmente se dijo Pero eh sí tiene sus errorcillos, entonces sí hay que volverlo a escuchar ya para quitarlo en un en un texto escribirlo bien, ¿no? Pero es una herramienta que me parece muy funcional y que hoy también tiene Bueno, lo que tiene esa herramienta es que crea como carpetas de contenido que algunas son públicas, ¿no?

Por ejemplo, medios internacionales tienen algunas carpetas en Pin Point de que encontraron ligados a cierto caso y que tú las puedes consultar, pero además relaciona palabras similares en los documentos. Entonces, por ejemplo, cuando transcribe audios, a la derecha te aparece así como palabras que se mencionan mucho y te aparece una lista, ¿no?

Como un poco también para el análisis de ese texto o de ese discurso más bien porque es una transcripción de audio. Eh, eso sirve, creo que en el caso de los audios no sirve tanto, pero por lo que sé en el caso de los documentos sí sirve porque es como para identificar palabras clave dentro de documentos.

Y hace poco que esa herramienta tiene ahora como una especie de eh pues una especie de chat GPT, ¿no? Al que le puedes como hacer una consulta específica que supongo que la busca en Pinpoint. Yo no le he hecho consultas específicas, pero he visto que aparece ahí como el asistente virtual, ¿no? Eh, y realmente creo que es la así que la usé yo directamente pues creo que es la única herramienta que que uso que es propiamente ya un recurso de inteligencia artificial.

E: Ok. Y sí, ahora que me platicas y de hecho las las aquí son exclusivas, ¿no?

De hecho las entrevistas que estamos recopilando las estamos transcribiendo con pinpoint porque Porque pues cada vez, o sea, realmente sí eh y me fue curioso, ¿no? Porque, por ejemplo, con mis compañeros de equipos, bueno, somos varios equipos en el salón y escuché que unos decían, "Es que ya nos tardamos mucho en transcribir los audios, ¿no?"

Porque era escuchar toda la entrevista completa y volverla a transcribir." Y pues yo cuando escuché eso dije, "No, o sea, realmente pues es muy desgastante, no escuchar no sé, 2 horas, 3 horas, depende, ¿no? De la entrevista y ya les dije, "No, pues usen Pinpoint" porque igual yo ya tiene tiempo que la conozco, pero realmente ahorita que lo comenta, pues es una herramienta que sobre todo ayuda a los periodistas, ¿no?

Igual en su tiempo yo la conocí porque tomó un curso de Ah, es creo que es una iniciativa de Google, ¿no? De ¿Cómo se llama? Se me fue el nombre del del ajá, de la agencia o no sé si es este Sí, fructual, no me acuerdo la verdad el nombre, pero es como un curso que te enseñan, ¿no? Y también ahí nos decían que realmente, por ejemplo, las mañaneras eran muy útiles porque realmente es muchísimo, ¿no? Por ejemplo, el expresidente López Obrador, pues que tardaba muchísimo en hablar era como de 3 horas de mañanera que realmente es lo importante, ¿no? Lo que quiero publicar en mi nota. Sí, incluso creo que las mañaneras, por ejemplo, ya hay herramientas que las concentran todas, ¿no? Y en las que puedes buscar palabras y así.

Yo no las he consultado tanto porque pues no recuerdo tanto a la mañanera, pero sé por compañeros, colegas que ya existen como pues plataformas que concentran las mañaneras y que puedes buscar por palabra, etcétera. Pero Pinpoint podría ser perfectamente eso, ¿no? Podría ser una carpeta que se llama mañaneras y ahí verías incluso harías una análisis de las palabras o los temas que más se repiten.

Entonces, la verdad, a mí me sirve mucho en términos de organización, porque además obviamente lo subo como por carpetas por temas. Este y en términos, pues sí, de transcribir eh ahorran muchísimo tiempo. Como te decía, yo no estoy segura de que siempre haya hecho transcripciones completas.

Eh, me gustaba más cómo pues poner atención y saber cuáles eran las partes relevantes, pero de cualquier forma es una pues es una gran ayuda y sobre todo también te ayuda a localizar a lo mejor cosas que que tú no creíste que eran relevantes o que en ese momento a lo mejor no pusiste toda la atención y que ya viendo la transcripción completa pues incluso puedes decir, "Ah, no, pues esto sí tengo que tomarlo en cuenta para el texto." y tal, ¿no?

Y pues sí, igual conozco también periodistas que siguen sin usarla, ¿no? Y que se avientan todas las transcripciones eh no sé si por no sé si porque les gusta transcribir o porque desconfían de la herramienta o No, la verdad no sé las razones, pero a mí me resulta muy muy útil.

E: Okay, ahora que menciona como tal que solamente he utilizado esta herramienta de inteligencia artificial para su trabajo periodístico en cuestión de No sé si solamente en animal político, pero a lo mejor en alguna otra actividad periodística que realice. ¿Alguna vez ha participado en algún proyecto relacionado con inteligencia artificial?

MN: No, eso sí no. No, no, no he participado. Lo que yo he sabido es que, bueno, pues sí ha ha servido para algunos este ¿Cómo se dice? Propósitos de verificación que, por ejemplo, Animal tiene una un área muy grande de verificación que se es sabueso a la que yo no pertenezco. Me imagino que el sabueso a lo mejor sí ha participado en alguna iniciativa de ese tipo. Pero yo directamente no.

E: Ok, y bueno, ya ahorita vamos a cambiar un poquito, pues no de tema, pero sí a lo mejor de hacia dónde vamos a dirigir la entrevista y es que es lo que le lo que le comentaba en un principio que algunos de nuestras preocupaciones, bueno, como tal serían este desplazamiento, ¿no?

Que a veces igual cuando no le mencionan inteligencia artificial. O de hecho, si tú le preguntas a ChatGPT, eh “dime qué es la inteligencia artificial o imágenes de inteligencia artificial o estos eh estas aplicaciones”, ¿no? generadores de imágenes que dices, "Dime qué es la inteligencia artificial." o "muéstrame cómo funciona la inteligencia artificial." Y realmente te muestra panoramas como pues de cierta forma apocalípticos, ¿no? De robots, máquinas.

MN: Ajá.

E: Entonces, realmente a uno le entra el pánico, ¿no? De realmente me va a sustituir el el robot. O va a ser como de las películas así apocalípticas de de los robots van a acabar con la humanidad, porque realmente las imágenes se muestran así. Ajá. Pero pues realmente la realidad puede ser otra, ¿no? Estamos todavía en una realidad que no en una sociedad no tan evolucionada actualmente. Entonces, este bajo este como concepto de eh personalmente, ¿no? A mí sí me causa esta preocupación, pero sí duda, angustia de cómo va a ser el futuro.

Eh, ¿cree que ¿Usted cree que en un futuro la haya ser capaz de reemplazar eh actividades del ámbito periodístico? Así que ya las van a poder realizar ellos solitos. Bueno, Bueno, la inteligencia artificial por sí sola sin ayuda de que vaya una persona o un periodista?

MN: No, la verdad es que no lo creo, no, sobre todo si consideramos que o hablamos de gente que realmente ejerce el oficio periodístico, ¿no?

O sea, a lo mejor ciertas funciones de las redacciones que tienen que ver más con recopilar información A lo mejor con hacer notas de servicio, que es esto de eh este tipo de notas de ¿Dónde puedes acudir a hacer la verificación, no? O dónde puedes, no sé. ¿Dónde puede ser el trámite del alta de la pensión de del bienestar, ¿no? Probablemente es algo que eventualmente se va a solucionar con inteligencia artificial. ¿Quién sabe? Porque no creo que al igual que las transcripciones, como sucede en Pin Point, pues no creo que te den notas exactas que nadie necesite editar, revisar, etcétera. Como los reporteros tampoco las damos, ¿no? Es decir, eh los reporteros requerimos un editor que revise, que oriente, que haga correcciones, etcétera. Pues la inteligencia artificial tampoco lo va a hacer esto de manera perfecta, como no lo hacemos nosotros, pero esto, digamos, lo digo en el sentido de este tipo de notas, digamos, muy básicas, ¿no?

Que a lo mejor en algún punto pudieran este ser eh resueltas con esta herramienta. Digo, "No sé qué pase ahorita, por ejemplo, ¿no? Si le preguntas a la inteligencia artificial." Dime un texto de cómo se tramita la pensión del Bienestar. No sé si realmente te te dé algo parecido a una nota de servicio que pueda ser así. Pero en ese en ese punto o en este aspecto estoy hablando de textos muy básicos. Pero en el ejercicio periodístico realmente de trabajos de profundidad, de investigaciones de largo plazo, de pues temas que se quieren reportar mucho más a fondo, pues no creo que en ningún sentido vaya a reemplazar la inteligencia artificial eso porque por más que tú le preguntes de un tema, pues no te va a conseguir todos los testimonios que trae una investigación periodística eh no te va a conseguir el enfoque, ¿no?

Un poco de lo que hablábamos en la exposición del lunes. El hecho de tener una hipótesis, de tener un esquema que te permite establecer un hilo conductor, un objetivo de esa investigación del que tú no te vas a separar, etcétera, pues son habilidades que que pues solo tiene un humano y solo tiene alguien que ejerce el periodismo de manera metódica a esto me refiero con que a lo mejor ciertas contenidos eh o cierto perfil de textos pues puede resolverse quizás así con la inteligencia artificial, pero eh ya como tal un ejercicio metódico del periodismo eh pues no creo que sea algo que vaya a sustituir en algún momento la inteligencia artificial y creo que tiene que ver un poco como con lo que estamos hablando en general de los cambios tecnológicos, eh, pues nada ha sustituido al libro, ¿no?

Es decir, al libro de papel. Existe a lo mejor el Kindle, existen los libros digitales, existen muchas cosas, ¿no? El PDF, etcétera, pero el libro sigue teniendo sentido y sigue habiendo gente que lo consume, ¿no? Eh, en el periodismo pues hay muchas cosas que se han sustituido, no que se han sustituido, que han avanzado, por ejemplo, existe la radio, existe la tele. En algún momento creo que existió esta discusión justo de si la radio y la televisión en algún momento iban a implicar casi casi que la muerte del texto periodístico, ¿no? Y no lo implicaban porque es un consumo distinto que sigue teniendo un público que está interesado en ello. Pero no creo nunca que la inteligencia artificial vaya a desarrollar pues la misma si bien te puede proveer de una información similar, no va a tener pues el mismo trabajo de campo que uno hace, ¿no? Documentales, de entrevistas que te permiten además una comprensión más a profundidad de un fenómeno.

La inteligencia artificial no puede comprender un fenómeno, solo puede juntar informaciones obtenidas de una y otra fuente de manera aleatoria, pero eso no es una actividad de comprensión, ¿no?

Y creo que aquí tiene que ver mucho con con incluso el papel de la inteligencia artificial en el ámbito educativo y aquí te comparto algo que yo siempre les digo a mis alumnos y justo a partir de la entrada de la inteligencia artificial que es como, por ejemplo, hay quienes discuten que ellos no usaron la inteligencia artificial, pero su texto se parece mucho a la a algo que te dice la inteligencia artificial, ¿no? O tú lo consultas en un chat GTP y te sale algo muy similar. Y entonces me dicen, "No, pero yo de verdad no usé la inteligencia", bueno, entonces, o sea, te creo, pero entonces tu análisis no es específico, no es profundo, porque yo sé que tú me puedes dar como alumno algo superior a la inteligencia artificial.

Si tu trabajo no es superior a la inteligencia artificial, pues probablemente es un análisis muy básico. Es un análisis que más que análisis es una recopilación de de informaciones, ¿no? Pero yo sé eh porque tengo otros alumnos que lo hacen que eh hay trabajos que me aportan más de lo que me podría aportar la inteligencia artificial y un poco ese es el tema con el periodismo.

Obviamente que en nuestro ejercicio también tenemos que tener esa reflexión, no no quiere decir que seamos críticos al respecto, pero eh tenemos que tener esa reflexión de qué qué estoy aportando yo que no pueda aportar la inteligencia artificial, ¿no? Este trabajo qué especificidades

o qué características tiene que pueda eh eh diferenciar ¿no? ¿Qué factor lo diferencia de de algo que nos podría decir la inteligencia artificial?

Y yo creo que en ese sentido muchos trabajos periodísticos tienen eh pues un factor diferenciador, una calidad superior a la que pues te puede dar la inteligencia artificial y creo que por mucho que evolucione esa inteligencia artificial va a seguir dependiendo de un algoritmo que al final reúne información que ya está producida, pero no va a producir nueva información por sí misma, que ese es un poco el trabajo periodístico.

E: Okay. Y no, y sobre todo ahorita que me comenta esto me viene a la mente los trabajos prehistóricos que nos mostró, ¿no? Eh pues sí, los reportajes, las investigaciones que realizaron que realizan en animal político que realizan ustedes y realmente como dice, ¿no?

El eh la inteligencia artificial no va a tener esa capacidad de recopilar el testimonio de en el en el el caso del que nos mostró, ¿no? En el caso de la madre que atiende, ¿no? Que cuida a su hijo en la casa y todo eso, entonces es como pues el chat GPT no va a ir a entrevistarla.

MN: Sí, justo, tú no no vas a tener Al final el chat GPT lo que te decía trabaja a partir de información que ya existe, ¿no? Entonces, eh lo que hace pues es como a través de un algoritmo recopila esa información y le da un sentido y etcétera. Pero el chat GPT no puede generar el testimonio de Eva porque Eva no existe en el sitio web antes del reportaje que hicimos en Animal Político, ¿no? O sea, justo traemos nosotros historias o testimonios únicos que salen de la vida real, que es un campo al que la inteligencia artificial pues no puede acceder por sí sola.

Y otra cosa muy muy importante a propósito de lo que mencionas de sus trabajos es ese trabajo eh sobre todo los que son de largo aliento que incluso están presentados en un micrositio aparte y demás, se genera también eh mediante equipos interdisciplinarios, ¿no? Es decir, hay alguien que hizo el diseño, hay alguien que hizo las imágenes de video para los dos videos que que vimos una parte eh pequeña ese día.

Hay alguien que bueno, yo que hice los textos. Eh, hay alguien que hizo la interfaz en la que se está presentando este trabajo. Eso es algo que no puede producir la inteligencia artificial por sí sola, porque es un trabajo en equipo que requiere de diferentes disciplinas, diferentes experiencias y diferentes niveles de conocimiento y de ejecución, ¿no?

Entonces, eh pues creo que es algo Sobre todo creo que eh y bien lo dices ahora.

Con esta parte de los testimonios, mientras los periodistas no nos desconectemos de la realidad real y sigamos eh sabiendo o estando convencidos de que el espíritu o la esencia del periodismo surge de la realidad, o sea, de la realidad que no está en internet. Este pues vamos a a traer esta información novedosa que no tiene chat GPT. Eh, por eso te decía que a lo mejor las notas de servicio pues sí se pueden resolver, ¿no? Porque al final, bueno, esa información ya está en la red, al final sí, no sé, sería interesante, yo nunca lo he hecho, pero sería interesante preguntarle a un chat GPT por una nota de servicio, ¿no? O sea, cómo, ¿a dónde puedes acudir para verificar tu coche? No sé si te diga realmente además las cosas exactas, ¿no?

Porque ahí también hay una serie de informaciones tan diversas, que no sé si de verdad te diga la información verídica, ¿no?

Pero eh pero lo que sí creo es que ya es actividad propia del periodista de contar esas historias que están allá afuera, pues creo que en las mismas palabras está implícito, ¿no? La tarea es contar lo que está allá afuera, no lo que está en el internet. Y en ese sentido pues siempre eh va a haber un aporte original que pues no va al que no tiene acceso a la inteligencia artificial.

E: Okay, y Justo ahorita igual que menciona, ¿no? De esto de los trabajos de la labor del Bueno, del trabajo de campo que implica la labor periodística. Eh Y sobre todo ahorita igual que nos comenta, ¿no? Que estos grandes trabajos implican un trabajo interdisciplinario, ¿considera que eh más bien cree que el público perciba de manera diferente eh noticias generadas por ella o trabajos periodísticos generadas por ella a a trabajos generados por vaya, por periodistas, por profesionales de la comunicación? que viene a lo mejor y lo relaciono con lo que me comentó hace un rato, ¿no? de sus alumnos de que o se no es lo mismo un trabajo hecho con chat GPT que un trabajo propio, no un ensayo, porque se se nota por lo por lo que me comentó, pero igual en el trabajo periodístico pasaría lo mismo en los productos comunicativos que se rea que reac o igual como decíamos, ¿no?

El ejercicio de preguntar al chat GPT, “hazme estas notas”. ¿Cree que el público lo percibirá de diferente forma cuando una nota se presenta hecha por ella y una nota o un reportaje se presenta por vaya, los profesionales de la comunicación?

MN: Pues eso me parece una de las preguntas más interesantes y más difíciles de responder justo porque creo que a lo mejor sí tiene que ver también con tener cierto eh pues cierto expertise, cierto contexto para poder percibir que una cosa es diferente de la otra, ¿no?

Como bien dices tú, pues yo como profesora percibo que sé perfectamente que un trabajo trae una aportación propia o que no trae una aportación propia y lo sacaron de chat y como como también sé cuando un trabajo o antes de que existiera lo que llamamos inteligencia artificial, pues había cuando un trabajo era plagiado o cuando un trabajo estaba copiado de Wikipedia porque pues tengo el entrenamiento de distinguir entre un contenido original y porque sé cómo escriben mis alumnos, ¿no?

Y se salta la vista cuando el contenido no es original. Eh, pero sí creo que se requiere pues ahora sí que justo como lo acabo de decir, un ojo entrenado, ¿no? Entonces, no sé si las grandes audiencias tienen esta percepción. A mí me gustaría pensar que sí y yo creo que siempre debemos de darle el beneficio de la duda al lector, ¿no?

Creo que también uno de los grandes errores que cometemos o que cometen los periodistas es menospreciar al lector, ¿no? O sea, creer que no va a entender ciertas cosas o creer que no puede diferenciar entre tal y tal cosa.

Eh, pero sí creo ahí que esa respuesta, la pregunta que tú me haces, está muy relacionada con las dinámicas de consumo, ¿no? Porque es verdad también que hoy hay un consumo mucho más rápido de la información que hoy además pues el hecho de las fake news, ¿no?

Lo que llamamos fake news o información no verificada está haciendo mucho daño a que se comparta cualquier cantidad de cosas en WhatsApp, ¿no? Entonces, obviamente si creemos en información no verificada y no sabemos distinguirla de investigación, digo, de información verificada, pues también a lo mejor va a ser muy fácil que no sepamos distinguir entre algo producido por la inteligencia artificial y algo producido por un periodista.

Creo que ahí sí pues las dinámicas de consumo pueden estar afectando esa percepción y a lo mejor es tarea de quienes producimos la información, pues hacer este énfasis en en su originalidad, ¿no? En que el lector pueda distinguir eso que tú dices.

Pero sí creo que en algunas audiencias puede ser difícil porque ya hay unos hábitos de consumo muy diferentes que apelan a la rapidez y que apelan también al compartir muchísima información eh no verificada, ¿no?

Entonces, sí, como consumidores o lectores no sabemos identificar, repito, la información no verificada, pues a lo mejor tampoco sabemos identificar la información producida por una inteligencia artificial. Lo que sí te puedo decir es que en ciertos sectores eh yo creo que sí hay

una diferencia muy clara y eso es lo que también Y creo que esa es otra diferencia en la que creo que ese trabajo es insustituible.

Eh, lo que hace que ciertos trabajos periodísticos se vuelvan referenciales, ¿no? Hay veces que no tenemos eh digo y no no no quiere decir que no aspiremos a tener más lectores, obviamente la tirada siempre es precisa. Pero hay veces que no tenemos un millón de lectores de un trabajo periodístico, pero a la larga ese trabajo se convierte en referencia.

Eh, quiere decir pues que personas que hacen investigación académica o personas que están investigando sobre ese tema futuros vistas o u organizaciones o tal, le dan un uso a ese trabajo como un antecedente, ¿no? Para cierta eh para investigación posterior o para profundizar en uno de los aspectos de ese tema, etcétera.

Entonces, eh creo que eso sí es algo que siempre va a ser un factor diferenciador respecto a la inteligencia artificial, ¿no? La inteligencia artificial rara vez va a ser referencial para para investigación posterior y trabajos periodísticos bien hechos, obviamente no estoy hablando de las malas que se producen todos los días y que pues muchas son la misma en distintos medios, pero trabajos periodísticos que tienen mayor profundidad este sí totalmente se convierten en muchas veces en referenciales.

E: Okey, hablando sobre esta responsabilidad del periodista y en sus en sus lectores, en su público, ¿Piensa que la inmersión de la ayer los medios de comunicación va a afectar la credibilidad de la noticia y la ética periodística, o sea, si un periodista utiliza inteligencia artificial eh cree que afectaría su ética periodística? y sobre todo eh si también igual lo mencionaba, lo de las fake news y de las noticias no verificadas también entraría con la llegada de la IA cree que este panorama, ¿La credibilidad de la noticia y de la ética periodística se ve aún más afectado o no?

MN: Creo que igual tendrá que ver con el uso que haga el propio periodista, ¿no? Obviamente, ahora más bien, voy a empezar al revés. Un mal uso de un mal uso de de las herramientas o de o de pues sí, de la información periodística es algo que existe antes y después de la inteligencia artificial. Es decir, periodista cinética existe desde hace muchos años.

Entonces, hay periodistas a quienes se les ha retirado un premio Pulitzer por haber inventado a un personaje, ¿no? En el que en el que depositaron características que son reales, incluso la persona en la que te estaba hablando investiga por ahí la historia, eh decía que todas las

características que ella había depositado en ese personaje sí eran reales, o sea, eran cosas que ella había visto en otros niños.

Pero que pues había creado ese personaje ficticio para depositar en él todas esas características y entonces eh pues quien otorga el premio Pulitzer le dijo, "Bueno, pues sí, pero en el periodismo el personaje debe ser real, no solo las características eh del personaje, ¿no?" O no porque existan en otros niños esas características, quiere decir que esté bien que haya este personaje que en realidad no existe, ¿no? Que tú no puedes probar su existencia.

En este sentido el mal uso de la información pues siempre ha existido, o sea, tampoco es un riesgo que nada más llegue por la inteligencia artificial. Tampoco creo que se agrave eh en el sentido de que va a tener que ver con lo mismo, ¿no? El periodista que antes se atrevió a investigar un Digo, a inventar un personaje ficticio porque no tenía un testimonio directo, sino diferentes rasgos y características que le atribuyó a un personaje. O el periodista que antes se atrevió a plagiar o el periodista que antes se atrevió a ponerle de su cosecha un testimonio, por decirlo en palabras coloquiales, que eso existe, o sea, hay casos de las tres cosas. Eh, pues también va a ser un periodista que haga mal uso de la inteligencia artificial, ¿no? Y que nos quiera hacer pasar eh sus notas o más bien textos producidos por la inteligencia artificial como sus notas, este o que quiera este ir más allá e inventar algo ficticio a través de la inteligencia artificial.

Este, pero mientras el periodista conserve esa ética eh de Bueno, yo uso herramientas de la inteligencia artificial y usar Pin Point de ninguna manera creo que comprometa mi ética, ¿no? Pues es una herramienta de transcripción.

Entonces, creo que eh Mientras el periodista tenga claro cuál es su código personal ya lo mejor incluso en algunos medios también hay este animal lo hay un código general de ética, pues no este no creo que debiera verse comprometida eh la ética de los periodistas más de lo que ya ha estado comprometida en el caso de quienes pues siempre ha encarecido de esa ética, ¿no? Pero no creo que a lo que voy es que no creo que este factor depende de la inteligencia artificial más que de la persona propiamente que ejerce el periodismo.

E: Bueno, ahorita que mencionan, ¿no? De que Es realmente como dice, ¿no? Si una persona va a ser respetuosa, pues lo va a ser siempre, ¿no? No, no porque es respetuosa con los testimonios

de las víctimas. No siempre No por como dice, no porque alguien lo deje influir o porque eh existe otras herramientas, pues le va a faltar al respeto, ¿no?

Porque una persona sin ética o con ética como dice, con o sin tecnología lo va a hacer, va a seguir siendo así. Eh, ¿de qué forma va un poquito ya más eh en general, pero de qué forma cree que la IA impactará en el trabajo y en la red?

Bueno, en las redacciones o en los medios de comunicación en los próximos años. O sea, yo sé que es un poco difícil imaginarlo porque no podemos ver el futuro, Pero en un panorama de 5 años, ya que realmente la tecnología avanza a pasos agigantados y no sé si realmente actualmente pues ya está impactando, ¿no? A lo mejor y de forma positiva o de cierta forma igual, a veces negativa, Porque también lo que decía, lo de la información falsa, las fake news o estas imágenes que son creadas con inteligencia artificial como la de Donald Trump, ¿no? Cuando supuestamente fue arrestado, pues, realmente generan más que una buena comunicación, generan incertidumbre, generan noticias falsas y que una noticia falsa puede traer muchísimas consecuencias, ¿no? Que a veces eh igual ahorita me recuerdo lo que nos comentó en la conferencia, sobre la periodista que publicó, el nombre del testimonio que tenía, Entonces, también realmente pues ahí es un impacto grave, ¿no? sobre todo ese sentido.

Entonces, ¿cómo cree que la IA impactará en el trabajo en general de los periodistas en los próximos años?

MN: Sí, pues sí, es difícil un poco ver y hablar del futuro, pero creo que el impacto va a depender justo del uso que le demos. ¿no? Y si en su mayoría eh resultamos, o sea, ahora sí que a la luz de esto que te digo de somos lo que somos independientemente de las herramientas que tengamos, eh pues justo la entrada de la inteligencia artificial va a exponer o va a dejar en evidencia eh el tipo de periodista de que somos la realidad, ¿no?

Y si la mayoría de nosotros Tenemos una ética para decir, "Bueno, esta es una herramienta más que igual que un smartphone me ha venido a solucionar y eficientar ciertos procesos y la puedo usar de una manera positiva sin que eso este merme mi aportación propia, pues creo que va a ser una una entrada virtuosa, ¿no? De la inteligencia artificial en el periodismo. Pero sí la mayoría resulta que somos periodistas que en realidad no teníamos mucha ética y estábamos esperando a una herramienta que pudiera facilitarnos la vida y que pudiera hacernos pasar lo que es por lo

que o más bien lo que no es por lo que es. Eh, pues entonces va a tener una afectación severa, ¿no?

También obviamente hay riesgos relacionados, no quisiera minimizarlo ni tampoco depositarlo todo en los propios periodistas del día o de a pie, como les llamamos, también hay una responsabilidad estructural en los medios, ¿no? En cómo van ellos los directivos propiamente los medios a recibir este tema de eh pues de no querer aprovechar la inteligencia artificial con fines perversos o de mayor precarización del periodismo, ¿no?

Que es por supuesto que es un riesgo, o sea que un directivo diga, "Ah, no, pues ahora ya no necesito, me puedo ahorrar tres sueldos, ¿no? Con esta inteligencia artificial." Y de por sí es un oficio precarizado, pues se correría el riesgo de que hubiera mayor precarización si también los directivos no saben ver esto como una herramienta más, lejos de verla como una sustitución o una solución para poder ahorrar cosas.

Entonces, creo que justo el impacto va a depender de que podamos en este momento poner sobre la mesa todas estas cosas y exponer también esta importancia de ver la inteligencia artificial como una herramienta que como otras, a lo largo de estos 16 años nos ha venido a solucionar procesos a simplificar eh formas de trabajo, pero que no la podemos utilizar como un recurso para ya no hacer nuestro trabajo.

E: Okey en esto que nos comentas, al final de cuentas es lo que igual está analizando, los medios de comunicación en general son un modelo de negocio, son una empresa. Por ende, ¿qué persiguen? Pues vender, comercializar. Inclusive los medios públicos, porque igual los medios públicos pues realmente que buscan también a veces depende que pues a veces promocionar al gobierno, ¿no? propiamente. Cuando vemos ahorita que en Canal 11 pues promocionan el partido en turno, ¿no?

Entonces, a final de cuentas, al ser un modelo de negocio eh es igual a veces eso la preocupación, ¿no? Porque realmente como dice si de por sí el periodismo es un sector con mucha precariedad laboral y sobre todo con muchas complicaciones porque igual es uno de los es uno de los oficios o de las profesiones más peligrosas, ¿no? de ejercer porque no solamente eres violentado por por el gobierno, sino también eres violentado por el crimen organizado, por

inclusive por las personas, ¿no? Por la sociedad en general. Entonces, igual por las grandes instituciones, ¿no? Los grupos empresariales que también a veces te amedrentan.

Entonces yo creo que justo ahorita que me comenta esto pues me surge eh por eso le decía en un principio desde siempre, no es como esta preocupación, o sea, y eso es como la motivación realmente de esta investigación, pues como de encontrar, ¿no?

Que no se va a acabar el mundo, yo sé que con la llegada de la IA, pero bien o mal si es como un tema que de cierta forma nos pues sí nos preocupa, como futuros periodistas. Y ya para ir ya para cerrar la entrevista, nada más me gustaría hacerle la última pregunta y que va un poco más ligada a esto que le preocupa, ¿no?

Como nosotros como futuros periodistas eh que estamos preocupados ante este panorama porque obviamente si la empresa se puede ahorrar tres sueldos, pues no lo dudo que que lo hagan, ¿no?

Que tome esa decisión y por eso actualmente vemos cada vez muchísimos recortes, ¿no? De personal de empresas grandísimas, ¿no? Twitter, Facebook, que empiezan a correr, hacen despidos masivos, ¿no? Pero, ¿por qué? Porque con la llegada de la IA pues eh no solo de la IA, ¿no? De la tecnología pues han podido quitar empleos. Eh Y ya, bajo esto que le comento, me gustaría preguntarle qué actitudes considera esenciales para que un periodista se adapte y se prepare para este nuevo entorno laboral impulsado por la inteligencia artificial?

Si bien ya nos comentó a lo mejor y la ética, ¿no? La ética periodística de que un periodista con ética o sin ética siempre lo va a hacer, pero ¿qué qué actitudes eh considera esenciales para que uno como futuro periodista pueda Pues sí, no sé si sobrevivir, pero eh pues poder eh verse inmerso, ¿no? En el mundo laboral del periodismo.

MN: Mhm. Pues yo creo que una parte fundamental y que justo toca a las nuevas generaciones, no digo que las generaciones anteriores tengamos que estar ausentes de esa discusión, pero un poquito sí vamos de salida. Entonces, creo que como una preocupación de las nuevas generaciones, pues tocaría a estas nuevas generaciones poner ese tema sobre la mesa, ¿no?

Lo que te decía ahorita al final de la respuesta anterior es un poco el impacto va a depender de qué tanto lo pongamos hoy sobre la mesa y hablemos todas estas implicaciones y hablemos toda esta responsabilidad que viene con el uso de la inteligencia artificial.

Entonces, creo que una parte o una actitud que tendrían que tener esas nuevas generaciones es justo poner esas preocupaciones sobre la mesa y hablarlas, ¿no? Generar también una línea de

autocrítica en el gremio, que es algo que durante mucho tiempo ha estado muy difícil que exista, ¿no? Hay muy poca autocrítica, hay muy poco análisis de la propia responsabilidad de los medios y de los periodistas y creo que eso se tiene que eh poner, o sea, exponer, exponer públicamente y poner a discusión, ¿no?

Y la otra como más en el terreno personal, pues creo que es bien importante recordar siempre y creo que tiene mucho que ver, o sea, sin querer, tiene mucho que ver con este tema que que plantean ustedes de la inteligencia artificial eh con las habilidades que realmente se requieren para la vida práctica, ¿no?

Eh, hay que decir y reconocer que la academia muchas veces tiene una desconexión con la vida profesional ya real, ¿no? Y una cosa que yo también le digo mucho a mis alumnos es que allá afuera no les van a preguntar cuánto se sacaron en esta materia ni cuánto y ni qué medio general tuvieron en la en la carrera. Ni si este trabajo lo hicieron así o asado. Eh, allá fuera lo que les van a pedir es que y parece ahora como un tema de tendencia, ¿no? Pero no lo digo así, lo digo como una idea más con más profundidad. Va a depender de qué tanto resuelvan allá afuera, ¿no?

Entonces, en en el campo laboral es mucho más valorada una persona que sabe sacar adelante las cosas, que sabe llevarlas a cabo a término, pues y de manera efectiva y funcional que una persona que sacó puros nueves o puros dieces o que tiene un alto perfil académico que o que tiene incluso un título, ¿no? A lo mejor eso está mal que lo diga porque pues la idea es que todo el mundo se titule. Pero eh pero la habilidad central allá no es o la habilidad central en el mundo real no es cuántos libros leíste, qué tan intelectual eres, este cuánta cuánto cine consumes, este a cuántos autores puede citar.

En el mundo real lo que se requiere es gente que resuelva, que haga, que sepa un camino, que construya uno si no hay uno. Este, pero que no se quede eh sin saber qué hacer ante algún hecho novedoso, ¿no? Es decir, ante alguna problemática o algún conflicto, lo peor que nos puede pasar es como no saber qué hacer. Es válido obviamente no saber cosas, pero a lo que voy es se requiere siempre y es mucho más valiosa la creatividad la creatividad y la enfocada a la propuesta de soluciones de bueno, no podemos completar esta investigación de esta forma, pero ¿qué vamos a hacer? Ah, pues no publicar después de 6 meses que estuvimos investigando, pues no, tiene que haber otra solución, ¿no?

Entonces, hay que cambiar el enfoque, hay que cambiar el ángulo, este, ¿qué hay que hacer? Porque no podemos decir, "Ah, bueno, en 6 meses no sale y entonces ya no se va a hacer nada", ¿no? Porque entonces si son 6 meses tirados a la basura que pues obviamente el directivo va a decir, como tú bien dices, "Mejor me ahorro este sueldo y se lo pregunto a la inteligencia artificial." Que al final sí me va a dar una respuesta, ¿no?

O sea, a lo mejor no una respuesta elaborada ni analítica ni profunda, pero peor es el periodista que no me está dando ninguna respuesta, ¿no? la creatividad para la iniciativa y la creatividad para tener respuestas y soluciones son mucho más fundamentales que todos los libros de periodismo que hayamos leído y que todos los, digamos, las capacidades técnicas, ¿no? Que podamos haber aprendido en la vida escolar.

E: Okay, pues muchísimas gracias. Le agradezco en verdad muchísimo por tomarse el tiempo y en verdad creo que el testimonio, su experiencia y el testimonio que nos está brindando, van a ser de gran ayuda para nuestra investigación.

Y pues espero que en un futuro eh que terminemos la la investigación, pues se la podríamos mandar para que, y si gustan leerla o consultarla, pues con mucho gusto y sería un enorme placer que la pudiera revisar y pues realmente como le digo es igual, pues estamos muy Entonces, bueno, yo hablo por mí igual por mi equipo, ¿no? De mucho agradecimiento porque realmente nos ha sido muy difícil conseguir testimonios, ¿no?

Que es a veces Pues yo creo que igual eh no sé si yo sé que así va a ser el periodismo y más si yo me quiero dedicar a esto, eh. Es el perseguir, no estar persiguiendo a las personas, estar buscándolas, estar Ahora sí que a lo mejor y quiero usar esta palabra, no sé si será adecuada, pero estar cazando, ¿no? Cazando a las personas porque yo me he tenido que estar parado afuera de la mañanera a conseguir periodistas.

Eh, y yo sé que el trabajo periodístico implica eso, ¿no? Ahora sí que cazar mal testimonio, cazar a sí, pues a la persona que te va a brindar esa información que necesitas para poder producir algún contenido.

MN: Sí, totalmente. Pues muchísimas gracias y sí, cuando la termine háganmela llegar, ¿vale?

Anexo 8. Entrevista a Alejandro Jiménez

Medio de comunicación: Organización Editorial Mexicana

Edad: 61 años

Lugar de estudios: Universidad Autónoma Metropolitana

Rol: Coordinador nacional de opinión

Fecha de la entrevista: 01 de Abril 2025

Modalidad: Virtual (Zoom)

Identificadores: (E) Entrevistador (AJ) Alejandro Jimenez

Inicio de entrevista

E: Bueno, primero ahorita, bueno ya con ahorita actualmente por lo que tenemos entendido usted es el coordinador, ¿no? de opinión de la organización editorial, el coordinador opinión nacional, ¿no? de la organización editorial mexicana.

AJ: Sí.

E: Pero, me gustaría un poquito que me platicara y creo que es, creo que igual bueno, lo investigamos egresó de la misma universidad, ¿no?. De la que somos estudiantes de la UAM Xochimilco.

AJ: Sí, así es, yo soy uamero. Generación de hace muchos siglos. Soy de la generación 82-86. Entonces, este me tocó allá el terremoto del 85, etcétera. Vivirlo, estaba yo haciendo mi servicio social en el IMER. Y me tocó conocer a otro comandante Marcos cuando era profesor en diseño. Entonces, en fin, Javier Solórzano cuando era profesor novato, en fin, me tocó una buena época en la en la UAM. Ah, y hay contemporáneos, hay periodistas contemporáneos que estuvieron conmigo que ahora son directivos de medios de comunicación, en todo el país y lo cual pues creo que fue una buena una buena generación. En fin, hay buenos recuerdos hace eh, y voy voy regularmente a la a la escuela me de me invitan a dar pláticas a los profesores, a coordinarme, etcétera o a visitar amigos simplemente mente, a ver cómo ha evolucionado el taller, el taller donde era, en su momento en donde yo entré en 82 era una maravilla ni la Ibero ni en las escuelas privadas tenían el taller que tenía la UAM, ahorita ya pues está un poco más estándar, pero este pero sigue siendo una belleza y sí, soy, soy colega de ustedes.

E: Sí, es lo que ,bueno, me dio emoción, verdad, cuando leí eso porque dije, "Es el primero que entrevistamos que es colega", somos uameros.

AJ: Sí, somos de por allá.

E: Okay. Y bueno, ahorita que me platicó...

AJ: Yo todavía estaba tan, tan pelona la universidad y en la cafetería iba a tocar un grupo de tres chavitos a pedir dinero con su sombrero, ponían el sombrero y era este ,la botellita Jerez. Entonces este que iban ahí a tocar, pues así de palomazo, ¿no? ni eran famosos, ni grababan nada. En fin, otros tiempos ¿no?.

E: Muchísimas gracias. Sí, no. Eh, bueno, entonces este, nada más así brevemente, ya ahorita nos explicó, ¿no? Que es de la UAM,pero me gustaría, nos gustaría conocer cómo fue su formación para llegar al periodismo, para ejercer el periodismo actualmente.

AJ: Fíjate que todo desde la UAM, la verdad de que yo fui muy afortunado. Les dije que yo hice el servicio social en el IMER, en el estilo mexicano de la radio como asistente productor. Y me adelantaron el servicio porque yo no todavía no tenía los créditos para entrar, pero pues fui con unos amigos, a ver cómo estaba, me quedé. Este, creo me tocó el terremoto del 85 por allá en el IMER. Este, y el productor con el que yo trabajaba, para el que yo trabajaba, escribía artículos editoriales en el Universal, el periódico Universal.

Y yo siempre me decía, "Oye, no hay chance de reportar, de ir por allá, etcétera, No, pues no, está difícil, no, está lleno. No, pues está muy complicado," Yo pues tenía 19 años. Ya iba para los 20. Y este y yo estaba friegue y friegue , ¿no? De que, "Oye, yo y ahora sí habrá, no, pues en dos, tres meses pregúntame, ¿no?" Dos, tres meses pasaban y no, pues no hay nada, ¿no?

Todo está muy cerrado. pues ya están, muchos periodistas ya son las vacas sagradas de allá y no, no hay forma, ¿no?. Hasta que un día me dice, "Oye, este fíjate que estamos queriendo hacer una investigación en la hemeroteca del Universal. Este, pero contrarreloj, porque en agosto estoy imprimiendo unos libros de regalos suscriptores y el contenido es a partir de las notas más importantes que haya publicado el periódico a lo largo de la historia, pues hay que meterle mano, ¿no?. Para sacar los dónde están las notas, cómo están cabeceadas, etcétera, fotocopiarlas, no, no, no ni siquiera había digitalización.

Entonces este, y dije, "Yo, yo, necesitan mano de obra así de una masiva, ¿no?". Entonces "¿te interesa?" y yo con tal de entrar al periódico, que además es el periódico que recibimos en mi

casa, dije que sí, “Oye, pero hay que saber de historia”. No, no, no, no, yo voy, yo voy “Oye, no, pero es que hay que tener ciertas bases de pedido”. Sí, sí, sí, ya las tengo, yo voy, yo voy. Le dije yo con tal de entrar.

Entonces, fui y me dijeron, "Oye, pues este Sí, pero es un contrato por tres meses, necesitamos gente que nos eche la mano. Llegué, me integré a un equipo como de ocho personas, me dieron mi pedazo de historia y entraba ya los periodos, a los tomos de la hemeroteca a revisar, a sacar las notas más importantes a partir de la una cronología base que ahí tenían. Este, el proyecto se alargó. Todo lo que iban a ser 3 meses duró 6. Mientras al mismo tiempo estaba haciendo el servicio social en el Imer y al mismo tiempo estaba terminando la carrera. Entonces eran unas matadas ahí medio pesadas, pero valía la pena.

Al final salen los libros y el periódico dice, "Oye, hay que hacer de la hemeroteca un departamento en forma, no, no, no, no tenerlos ahí arrumbados, sino que el archivo nos ayude a darnos información de contexto." Entonces, hay que armar el departamento de la hemeroteca y ¿Quién de ustedes se queda? y todos los de los ocho, había un señor que dijo "No, pues yo tengo, tenía experiencia como investigador", había hecho libros para la cineteca y dijo, "Bueno, pues tú lo vas a coordinar." ¿Y quién más se quiere quedar? Yo, Alejandro el primero, yo, yo no me quedo y los otros dijeron, "No, yo no, ya me cansé, ya me voy." Total, nos quedamos el señor y yo esté estructurando un departamento para que la hemeroteca le ayudará la redacción a tener la información de contexto, ¿no?

Que no existía, entonces no había Google, no había nada de lo que ustedes conocen actualmente. Entonces este, comenzamos y el día que se iba a presentar el departamento, ya oficialmente que ya lo había autorizado el dueño, el licenciado Juan Francisco Quiri. No llega el señor, mi jefe, que iba a ser mi jefe, por razones personales se desapareció. No aparecía, no aparecía, la familia lo andaba buscando, etcétera. Total, una bronca que no aparecía y pues mientras yo me hice cargo, ¿no?. Porque yo ya reconocía cómo se había creado eso. Este, al final ya apareció este compañero, tenía unas broncas ahí de alcoholismo muy severas y entonces este y pues ya lo corrieron, o sea, no ni siquiera llegó a encabezar el departamento. Entonces el único que se había quedado ahí pues era yo.

Entonces me quedé tratando para la hemeroteca, una forma de entrar, ¿no? .Yá dentro del periódico, mi jefe era el subdirector de opinión del Universal caía dentro del área de opinión la

hemeroteca, razones muy extrañas. Y este y le dije hoy y empecé a chingar también de que, "Oye, quiero escribir, quiero escribir, quiero escribir." Sí, sí, sí, a las mañanas salgo de la hemeroteca y después vamos a ver, pero pues que tú necesitas reportar, necesitas salir. Este, primero acaba, recibe, etcétera, total acabé la carrera, me recibí. Terminé mi servicio social, por supuesto y este, pero me quedé contratado, ya de los 20 años de edad me quedé contratado, ya de planta con prestaciones y con todo.

Entonces ,este fue el golpe de suerte pues, ¿no?. Y ya me quedé y me dijo mi jefe, "Oye, pues mira, la única forma de te puedo dar chance es escribiendo editoriales, escribía tres editoriales de casa al día en Universal. No editoriales firmados por alguien, sino los de la casa. Vete foqueando con eso, escribe las noches aquí, ¿no? Eh, un editorial de eso que lo corregimos, si eventualmente se publicará o si escribes muy feo, pues no ,no te lo publicaban. Y yo no le decía que no a nada, órale va. Ya llegué y entonces hacer mis prácticas, decir mi editorial, no, está de la chingada, corrígele y métele todo. Ni parece que fuiste a la universidad, se ve que eres de la UAM. En fin, total que ya estuvimos ahí, corrigiendo y todo y en las mañanas hacía lo de la hemeroteca, ¿no?.

Como a los 6 meses me empezaron a publicar lo que escribía .Entonces, no, no salía mi firma ni nada, no, no, no sabíamos quién había escrito. No, la república no veía que fuera yo. Y comencé a estar haciendo editoriales por la noche para el periódico, cómo por lo menos uno a los tres y la hemeroteca en la mañana. Y después me dijeron, "Oye, pues si tienes ganas, ¿por qué no nos ayudas aquí como coeditor a coordinar las páginas, a que recibir los textos, que se reciban por fax, se mandaban un departamento de captura, o sea, no es como ahora que llegan digitalizados, copy-paste, te los mandan por mail. Y este y me comencé a meter a ser como coeditor de opinión también. Entonces, este, empecé a hacer esa chamba y empecé a dobletear, estaba me la vivía yo en el periódico.

Todo, todo el tiempo y así me fui metiendo, metiendo. Después de, yo creo que 4 años empecé a chingar otra vez de que no, yo ahora ya quiero reportar, quiero hacer entrevistas, quiero hacer algo más. Entonces, este, era periodismo, pero no como yo lo concebía de salir, de reportar, de estar en la primera línea de acción y este y empezaba, no, no, ahorita no hay chance, ahorita ahí están los reporteros. Yo ya ya me llevaba bien con todos, con toda la redacción, ya conocía el

flujo del trabajo del periódico. Eh, ya yo a veces ya era yo responsable de las páginas de opinión, los sábados ya me ya me las dejaban a mí, las de sábado o domingo. Y este total que después de, así estuve durante, hicimos más libros de regalo a suscriptores durante 8 años, 8 años también escribiendo editoriales, ya fui agarrando callo.

Y yo quería hacer más cosas, entonces de que me dijeron, "A ver, vamos a ver, vamos a hacer como reportajes de de algo de algo, por ejemplo, el maíz en México, la crisis del de las tortillas y de y con este hay que reportar, pero tú haces la parte histórica y antecedentes desde el Popolhu hasta la fecha. Y hay un reportero va a ir a reportar lo de hoy y después ya me le pegaba yo al reportero y empezaba yo a escribir también.

Entonces, este después de estar como 3 años en ese esquema, después tuve ocho en el primero, tres en el siguiente, empecé a chingar de que oye, quiero hacer más, quiero qué cómo puedo hacer, etcétera. Quiero escribir, quiero reportar, ya quiero dejar esto de acá, la hemeroteca y todo. Como para entrar esto va bien, ¿no?, pero ya para hacer no y el departamento fue creciendo. Se creó y al final ya tenía como 10 chavos a mi cargo.

De ahí había un departamento no existir, a mantener 10 gentes que hacían monitoreo y hacíamos como hacíamos el contexto, nos echaron lo del monitoreo y las chingas. Y luego a las noches hacía la coedición de opinión, etcétera. Y este y después te digo como 10 años después me dijeron, " hay un chance de ser editor." Había una crisis en las soft news, en la queremos cambiar el enfoque comercial, a un enfoque editorial para competir con reforma en las secciones de autos, de viajes, de las que eran de comida. Este, y me y me dijeron, "Oye, pues qué te interesaba, íbamos con la de turismo" Pero yo no sabía nada de turismo, yo no había reportado en turismo, etcétera. Este, y yo sí, sí, yo le entro. Nunca le dije que no a nada, entonces, sí, yo le entro.

Entonces, pues te ves seriesito. Ya tienes muchos años aquí, etcétera, y este y me metí, me pagaban bien mal. Entonces, te damos una lana extra, ¿no?, por la edición total. Como pude me fui metiendo, metiendo, la sección salía de cuatro páginas, si había publicidad, si no había publicidad no salía, los domingos.

Al final crecimos, 2 años después ya estábamos tirando 48 páginas, con publicidad. Pero seguía siendo hemeroteca y seguía siendo editoriales, no, ya medio día se hacía lo de turismo. Entonces estaba como de 1000 usos. Fue una forma muy rara de entrar al periodismo. De manera paralela, el último libro que hicimos fue después de que el levantamiento zapatista en 1994.

Eh, una compañera de la UAM también, Laura Castellanos, que era amiga mía, éramos compañeros de la de la misma generación. Y ahora es periodista de investigación, Premio María Murga, periodista muy destacada también de la UAM. Este, comenzamos a seguir el tema guerrillero, porque nos llamó la atención. Entonces vimos los libros, un libro sobre la guerrilla en México, la zapatista, pero la parte histórica, ¿no?, las guerrillas de los años 70, de los años 60 en México. Y eso lo fuimos haciendo de manera paralela. Dijimos, "Oye, de aquí se puede salir un libro." Nosotros cumplimos con darle al periódico las hojas, las notas facsimilares que había publicado. Pero en aquel entonces Dña. Rosa Ibarra de Piedra nos conectó con guerrilleros que habían sido, con exguerrilleros. De los años 70. Que nunca habían contado su versión de los hechos.

Y entonces, los comenzamos a entrevistar, pero por nuestra cuenta. Y entonces, comenzamos a hacer una investigación. Oye, esto podemos hacer un libro nosotros con las testimonios de esta gente, que nunca han hablado. Estamos hablando de los años 90, mediados del 94. El levantamiento zapatista levantó mucho a los guerrilleros en México. Y entonces comenzamos a reportar, ahí sí a reportar, pero por nuestra cuenta a los viejos guerrilleros. Y era mi chamba adicional a los fines de semana. El sábado y domingo ir a Acapulco, ir a Cuernavaca eh a reconstruir la historia de la guerra y en México. Este, al final el libro se publica que se llama México armado, lo está en editorial era. La firma principal es de Laura Castellanos porque ella se echa la redacción final.

Este, en el Universal, llega el director Raymundo Ribapalacio y me dice, "Oye, ¿qué estás haciendo en turismo esas jaladas. Vente al periodismo duro, ¿no? vente" y entonces ya me lleva la redacción, casi casi 15 años después de que llegué como estudiante, ¿no?, pero para cubrir cuestiones de seguridad nacional y comenzaba a estar lo del narco muy fuerte y todo.

Me empezó a pasar documentos de seguridad nacional y contactate con no sé quién del Sistel, etcétera, era, fue como aventura, ¿no?. Pero seguía yo haciendo editoriales todas las noches. Y digo, "Ya, déjala el turismo, deja la hemeroteca, vente acá y échale un ojito de opinión en las noches." Yo no era el subdirector de opinión, ni era el editor de opinión, pero sí les echaba la mano y escribía un editorial. Después se va Reynaldo Riva Palacio, y me quedo yo volando.

Llega un nuevo subdirector porque era Ricardo Rafael, la opinión. Y me jala ya 20 de editor de opinión, me dice, "Ya, olvídate, ya olvidemos el pasado, ya turismo, seguridad nacional, y la hemeroteca." Entonces comencé ya a ser como editor de turismo de opinión.

En una página editorial donde estaban Flores Naranjo, Porfirio Muñoz Ledo, Manuel Camacho Solís, estaba, pero estaban también los panistas, ¿no? Vicente Fox, Rosario Ibarra del PT, estaba interesante la página fue un buen momento, Manuel Clouthier del pan, Cuahutemoc Cárdenas, comencé a conocer esa gente y para mí la mente siempre estuvo muy, muy, muy excitada, ¿no?. Porque pasaba de un reto a otro. Yo te lo platico muy rápido, pero para esto te digo que pasaron casi 15 años, ¿no?.

Para no hacerte el cuento largo, un subdirector de opinión fue Ricardo Rafael llega Rossana Fuentes Berain como subdirector de opinión y después me dejan a mí de subdirector, llegó a subdirector cómo ya del equipo corto del Licenciado Ili, llegó a ser directivo del periódico. Ahí estoy otros años, como 6 años de subdirector de opinión, ya, ya como directivo del periódico ya opinaba, ya no era el escuintlito que llegó de la UAM, ¿no?. Entonces este medio menso que estaba fregando todo el tiempo que quería una oportunidad.

Me enfoqué mucho, ya me llevaba bien con todos los colaboradores de la página de opinión, etcétera. Después ya vino un desgaste brutal con la dirección, con Ili, con todos ellos, este salgo del periódico y me llaman para la OEM, ¿no?. Para ese puesto. Porque no existen sus directores de opinión en México, ¿no?, tiene sus chistes, más bien, siempre le dejan alguien que ah, más bien los artículos y pégalos, ¿no? ,pero tiene su chiste, armar la página, aquí no existía nada.

En hace, yo llegué hace 8 años aquí a la organización nación mexicana, el sol de México tenía muy mala fama, era un periódico donde pagaban mal, donde los reporteros tenían malas mañas, este, pero el dueño se murió, era don Mario Vázquez Raña. Y lo hereda el hijo, no, lo hereda un nieto de don Mario Vázquez Raña, Francisco Torres Vázquez, un chavo de 27 años de edad. Yo para entonces ya tenía 50 años de edad.

Imagínate todo lo que duré casi 30 años en Universal, en todos los puestos desde abajo hasta arriba. Y este y nos dijeron, "Pues aquí hay todo para hacer, todo para hacer, rehacer esto, una reingeniería total. Son 45 periódicos, hay que estar viajando a provincia, hay que estar viendo líderes de opinión locales, hay que rehacer todo esto, ¿no?" Yo traía la visión de una página

editorial del círculo rojo, el chiquito político, ¿no?, y acá es todo el país. Entonces, este fue otro reto hace 8 años. Esa es mi trayectoria así a grandes rasgos, he escrito ese libro de México armado, doy conferencias, actualmente soy el representante de la Sociedad Interamericana de Prensa para México. Yo soy quien genera el reporte, México cada 6 meses de asesinatos, de conflictos de de prensa con el Gobierno Federal, estoy metido en esa parte de la, soy presidente de la Comisión de de Libertad de Expresión de la Alianza de Medios, que es todo un grupo de periódicos grandes del país y de televisoras, para estar dando el seguimiento a periodistas agredidos. Esa es más o menos mi chamba así desde que salí de la UAM, hasta que llegué, te digo, yo y yo comencé contándoles cuando ya estaba en el IMER. Pero en realidad, un día acompañé a mis cuates que estábamos de desmadre el viernes y uno dijo, "Oye, tengo que ir a ver lo un servicio social", él ya tenía los créditos, vamos a ir al IMER y ya ahí nos vamos a echar relajo, ¿no?" Y yo, no, No, sí, pero es que tengo que ir ya a ver los servicios, ¿no?.

Y con dos, un amigo de él y él y este y él llevaba su camioneta en una Caribe. Y yo iba ahí atrás. Yo no tenía los créditos y llegamos y al final el único que se quedó fui yo. Yo dije, "Bueno, si me quedo." Porque además les echaron el rollo a los tres. Yo decía, "No, no, yo no vengo aquí." Entonces no son ellos, ¿no? Yo no tengo No, pero pues te ponemos la fecha y ahí en el papel que que necesites y ya adelantas y todo.

Lo cual sí me sirvió a la larga porque pude estar en el universal, ¿no? Entonces, pues esa es mi trayectoria.

E: No, sí, una amplia trayectoria, ¿no?. Y sobre todo pues qué ha pasado, como dice por todos los puestos, ¿no? Desde el más bajo hasta ahorita que es el coordinador nacional.

AJ: Desde muy humilde de que nadie me conocía y nadie, todo peluciaba hasta directivo del periódico, pase, señor, te abra la puerta, todo. Ay, el que llega con los políticos, ¿no?. Entonces, que con los secretarios de estado.

E: Es una historia de esfuerzo.

AJ: La verdad es que sí, la verdad es que muchas veces digo, "Tuve suerte, ¿no?" Suerte de ir en el Caribe ese día, ¿no?, tuve suerte de que me aceptaran en el IMER, suerte de que me pusieran ese productor de radio en el IMER. Pero pues también de estar chingando mucho, ¿no?, de estar leyendo, de estar metiéndome, de estar pidiendo oportunidad todo el tiempo, ¿no?, pero me estoy pidiendo porque sin ser tóxico, ¿no?, de que "ah" "pinche periodico. Nadie me quiere y me

bocabajea” y entonces de sentirme mal, no, ahí estaba yo insistiendo, insistiendo, se dio y cualquiera de estas oportunidades las pude haber jodido, ¿no?, de haber hecho mal lo de turismo, haber hecho mal lo de los libros, ¿no, en la hemeroteca, de haber hecho mal lo de lo de la subdirección de opinión, de pero pues bueno, ahí fue salir y claro con errores y con curvas de aprendizaje y me tuvieron paciencia, para ir y bueno, ya llegué maduro al puesto donde me encuentro actualmente, ¿no?.

E: Oiga y usted, bueno, usted mismo lo dijo, mucho antes del internet, de todo esto de las laptops y demás, a mí me gustaría saber a qué cambios tecnológicos se ha enfrentado durante su trayectoria.

AJ: A todos, fíjate que, bueno, no todos cuando yo llegué ya no existía el los linotipos que era como es que era como una máquina de escribir grandota, que armaba las páginas este las columnas del periódico, ponía las letras, iba montando las letras. Ponía Alejandro Jiménez, entonces este aventaba la “ A, L, E “ en cuadritos de metal y se llamaba la página. Y alguien le metía las fotos y la imprimía. Se le ponía tinta y se imprimía. Ese era la página. Eso ya no me tocó, me tocó una siguiente etapa donde salían tiras de de papel y se pegaba y se formaban los diseñadores eran con cúter y armaban las páginas, como es algo que solamente viéndolo se los puedo explicar. Pero tenían el diseño de la página y decían, "Aquí va esta esta columna, aquí va la cabeza, aquí iban las columnas, se editaba con cortes de cúter y quedaba ya la página bonita, ¿no? y se mandaba la impresión a la rotativa. Este, en mil novecientos noventa y siete...

Me metieron a mí como de las jóvenes promesas del periódico a un curso de internet, donde nos decían que era internet, el periódico iba a tener internet que solamente era el mismo material que estaba en el papel se iba a pasar a la web. Que era la web. Y era modem, conectarlo, este que hacía ruido, conectarlo con una línea de teléfono. Hacía ruido, se conectaba y entraba y no había más de 10 páginas en México. Pero era un profesor gringo que nos daban en el mascarones aquí en la el de la UNAM que es San Cosme. Este y nos vendieron laptops, unas laptops chiquitas pesaditas, que tenían un RAM de memoria, menos de un RAM de memoria, entonces para empezar a jugar con internet, ¿no?.

Y entonces para empezar a jugar, para empezar y me tocó ver todos los primeros este sistemas de chat y MySpace y una serie de de de formatos para comunicarnos internamente y de repente empezar a ver, "Oye, ya acaba de salir la página de internet del Museo de Nueva York." Y

entrabas y te tardabas 20 minutos en acceder. Y después de 20 minutos poder navegar con algunas fotos, y era de locura porque dices, "Esto es el Museo de mayor y yo estoy en México, ¿no?. Y después empezar a ver cómo va a evolucionar la tecnología hasta poder tener este tipo de pláticas por Zoom, hasta poder tener el New York Times.

Yo tenía un amigo que estudiaba relaciones internacionales e iban a comprar los periódicos del New York Times atrasados al aeropuerto, porque no había forma de checar el New York Times en México, nadie lo vendía. Y no lo podía y ya cuando él pudo entrar a la página de New York Times en internet era una locura, estábamos hablando de 1999.

Entonces, me tocó toda esa evolución. Las computadoras donde yo empecé a escribir esas editoriales eran unas computadoras IBM que estaban empotradas en el suelo de pantalla verde con un puntito verde que se movía, ¿no?, entonces tú claro y cada vez que le tenías que saber de programación para ponerle cursivas, ponerle negritas, poner el acento, poner los dos puntos. O sea, no era el teclado como lo vemos, muy similar a como lo tenemos ahora, teclas gordas, blancas.

Entonces este hasta ya empezar a ver los cambios y después ya teníamos PC's en la redacción y después ya nos comunicamos. Pues no había no había celulares, eran teléfonos donde avisamos dónde íbamos a estar. Le decías a tu jefe, "Oye, mañana voy a estar en casa de mi mamá." Mañana voy a estar en mi casa. Por si me quieren contactar. Entonces teníamos los teléfonos de todos, de mi jefe yo tenía los teléfonos de su casa, de la casa de su mamá, de la casa de sus hijos, de la casa de la novia, por si estaba allá, etcétera. Teníamos nosotros sí lo teníamos que saber, su esposa no, pero nosotros sí. Nos teníamos que localizar en algún momento de emergencia. Entonces, después ya vimos, después apareció el beeper, ¿Dónde andas? reportate y que te comuniques al periódico, ¿no?, con tu jefe o comunícate a tu casa o este que le hables a fulano, ¿no? ,al editor de negocios. Entonces este ahí sí va evolucionando y se fue modernizando ¿no?, hasta lo que queremos ahora actualmente.

E: Okay, aquí viene otra pregunta, usted qué ha pasado por tantos, ahora así que tantos cambios tecnológicos. Este, ¿cómo nota , el cambio en la dinámica ahora en el auge de la inteligencia artificial? Es como tan...

AJ: Es el siguiente paso, ¿no? Eh, ahorita pues todo es inteligencia artificial, todo es la discusión. Pero en realidad en la inteligencia artificial ahorita como la conocemos Chat GPT, este

DeepSeeker, Gemini ,son los pañales, eh, de la ley de artificial. Estos son, lleva 5 minutos, Deep Seek fue lanzado en noviembre del año pasado, chat GPT, hace año y medio nada más, ¿no?, este, no sabemos cómo nos va a impactar.

Todavía no sabemos cómo nos va a impactar. Sabemos cómo nos está empezando a ayudar. ¿Sí?. Hay cosas que en sí para la gente de mi generación es una locura, ¿no?, que tú puedas decirle, a ver este, Chat GPT, sácame todos los antecedentes de Checo Pérez, , de las carreras y de los inicios de todos los pilotos mexicanos de Fórmula 1. Entonces, en 5 segundos te saca toda una historia, ¿no? ,que era lo que hacíamos en la hemeroteca si me daban un mes de chance, para poder investigar. Entonces, este ahora en 10 segundos lo puedes tener, ya la hemeroteca está totalmente obsoleta. Este, oye, quiero escribir un boletín de prensa, te doy los datos, alimento seis datos y de esto hazme un boletín de prensa y va, te genera una nota.

Y este, oye, quiero que escribiera un artículo a partir de lo que ha pasado con Cuauhtémoc Blanco, pero solo quiero que me pongas lo que de la gente que está opinando a favor de él, te lo genera, te genera una nota. Hay dilemas éticos, no nada más plagio, porque lo que está la información te la está sacando de algún lado, ¿no?, te la está sacando de alguien que ya lo publicó, el que publicó esa historia está generando un documento nuevo.

Ahí hay elementos éticos, que hay que que hay que discutir regulaciones, artículos míos que se los puede fusilar fácilmente alguien, porque Chat GPT se lo mandó, ,alguien que le pidió exactamente lo que yo escribí se lo va a mandar, sin darme crédito. Y alguien lo puede publicar diciendo, "Pues es mío, ¿no?. Porque pues yo lo hice, ¿no?" Actualmente aquí en la Organización Editorial Mexicana se acaba de nombrar a un editor de inteligencia artificial, es el primer editor. Él es este es Rivain Quintana, si quieren luego los contacto con él si les interesa dar el seguimiento. Él ya hizo un estudio que se acaba de hacer, o sea, no le estoy diciendo algo de que ya tenemos 3 años trabajando, pero no es cierto, no existía.

Este donde cómo estamos usando en los 45 periódicos de la OEM, la inteligencia artificial y se está usando para verificar datos, para pedir información de texto, para redactar notas de boletines de prensa, o sea, te llega el boletín de prensa feo del gobierno de la Ciudad México, donde, Clara Brugada, toda amorosa y linda y la jefa de gobierno este que siempre está preocupada por los capitalinos, hoy se reunió con gente discapacitada y ya en el segundo párrafo, este estuvo con ellos porque lanzó el programa nos ayudamos entre todos. Y bueno, y ya lo metes a la

inteligencia artificial y dice, "Ahí ya veré una nota periodística sin tales adjetivos calificativos y ya te genera una nota, en orden, ya legible, quitándole los objetivos y lo meloso y de que Clara Brugada es super mal. Entonces, este, actualmente se está usando para eso, sobre todo en boletines de prensa, se les está dando la vuelta, se está generando información de breves.

A ver, tengo las cinco notas que me mandaron cinco reporteros y no caben, no vamos a poder hacer una nota, generan unas breves, , unas breves de turismo, por ejemplo, estamos haciendo algo de turismo. Ya recordando mis viejos tiempos de editor de turismo y entonces les meten cinco boletines de prensa, generan una columna de turismo, de breves. A partir de la información que tenemos la fuente ubicada, etcétera, la fuente donde mandan la información y genera una columna en tres segundos , entonces eso me ayuda. Por supuesto que va a haber gente que sufra, porque pues puestos de trabajo van a empezar a sobrar.

Y entonces lo que pasa con todo cambio tecnológico, es porque me ha me ha tocado ver tanto cambio tecnológico, que es, nos tenemos que reinventar todos. A ver, ahora qué hay que hacer, con nuevas habilidades tengo que hacer para que no me corran. O sea, no es nada más de que pues ahora ya lo hace Chat GPT, ya no sirvo, ya me voy, ¿no?.

En 1989 un grupo de reporteros del Universal le escribió al dueño, al licenciado Francisco, una carta en la que decían que por qué no las razones por las cuales no había que cambiar las máquinas de escribir las mecánicas por computadoras. Y exponían 10 razones. Primero es muy cara. Segundo, mata la creatividad. Segundo, nosotros ya estamos pues vamos a trabajar así y vamos a tener que hacer uso de capacitación. Y pues eso es muy latoso. Tercero, si se va la luz ya nos jodimos, ¿no?. En fin, una serie de razones por las cuales no había que comprar computadoras, y pues no, se compraron las computadoras, no podíamos ir atrás en la tecnología, ¿no?.

Y hubo reporteros que dijeron yo renuncio, yo me voy, pero, porque yo no puedo con la nueva tecnología. Después cuando se hacen los sistemas de impresión más modernos, les digo que había esos que cortaban con cúter y pegaban las las las engobadas la galera que le llamaban, pegaban las columnas y las cortaban. Cuando llegan las paginadoras electrónicas, ese puesto ya no tenía sentido. El cortador, se hacían puesto que era el cortador de página de galeras. Eso ya no existe en ningún medio de ninguna parte del mundo, ¿no? Y entonces, por supuesto, es un momento, “¡No!”, todos en un departamento eran como 25 gentes en el Universal de aquel

entonces. Nos vamos a quedar sin trabajo, no podemos avanzar, hicieron huelga. Y sin embargo, se compró la tecnología y de esos 25, cinco los más chavos se reinventaron para usar las computadoras que hacían las nuevas galeras electrónicas, y 20 dijeron, "No, yo no voy a la nueva tecnología." Entonces, me ha tocado ver esos saltos, son dolorosos, pero tampoco es de que ya de aquí todos somos prescindibles, ¿no?.

Algo de lo que se está mencionando mucho aquí en en la OEM, es de que siempre ante el trabajo con la inteligencia artificial, el último toque tiene que ser humano, ¿no?. Tiene que haber un humano al final del flujo de trabajo, o sea, no es dejar que la máquina lo haga sola como robot, alguien tiene que supervisar, alguien tiene que ver. Si las máquinas van a prender y van a razonar solitas y después nos van a matar, bueno, ya es otra cosa. Pero ahorita por lo pronto, siempre al final tendrá que haber un ser humano vigilando el proceso, y haciendo que esas tecnologías nos ayuden. Entonces ya lo vimos, yo ya lo vi. Tengo 61 años de edad. Yo ya vi ese proceso y esos cambios, de que y vi a mucha gente resistirse a los cambios, es inútil, eso va a venir, eso va, no tenemos que sacarle lo mejor de los productos.

Y además, ahorita quien nos diga que domina la inteligencia artificial y sabe lo que va a pasar con los medios, es un charlatán, no sabemos. Había mucha gente que era experta en asesorar medios en los años 90. Oye, yo asesoro a tu empresa para que se metan, se suban a internet. Gente que no sabía de internet, porque ni siquiera todo el mundo andábamos en la misma ignorancia. Entonces, ahorita también quiénes son los asesores de que mira, yo sé para dónde va el TikTok, hay un cuate que dice, "Mira, toma un curso de Chat GPT y entonces yo te voy a decir cómo va a ser el futuro y no te vas a quedar sin trabajo." No lo puede garantizar este cuate. Te puede enseñar a manejar lo básico, yo apenas hace un mes mi hijo me dijo que es adulto, mayor que ustedes. Me enseñó a meter, subir el PDF y hacer resúmenes, de información a partir de un de un PDF, de todo un documento. Me ayuda a leer, me ayuda a sacar resúmenes, me ayuda la tecnología, no lo publico, pero me sirve como para estar viendo papers y resúmenes, ¿no?. Pero ahorita no leo 100 páginas, lo meto al Chat GPT, génrame un resumen, más o menos.

Yo como periodista, yo tengo que leer todo, todo lo que me llegue, todo tengo que leerlo, documentos, artículos, la competencia, libros, libros en español, libros en inglés, el TV Notas cuando voy a cortar el pelo, no tengo, pero cuando voy a hacerme la barba, todo eso lo tengo que leer, hay que leer todo, todo el tiempo. Pero en esta chamba tienes que leer todo el tiempo. Eso

te ayuda, te va a ayudar a resolver y a hacer más cosas. Hasta que aprendas a resolver libros y te digo, ahorita está en pañales, ¿eh?, y a ustedes cuando ustedes trabajando les va a tocar lo bueno y va a ser otra cosa distinta, ya va a estar totalmente integrado, ¿no? .Yo me acuerdo hace 10 años decían, "El internet de las cosas es una maravilla."

Tú le a poner internet a tu refrigerador y te va a decir, "Ya se acabó la leche, ya se acabó el las tortillas, ya tienes que comprar eso" y te hacía la lista del súper solita, ¿no?, entonces este era el internet de las cosas, ese es el futuro, en tu coche ya te va a decir cuando una llanta le falta aire o cuando te ponga una camarita para que si te estás echando para atrás no le pegues al de atrás. Este, todas las cosas ya son del uso común y son robots, ya tenemos los robots. Y tengo un tío, ya se murió, que lloraba de emoción cuando su hija lo llevó a no sé dónde. Íbamos a hacer una fiesta familiar. Y la hija puso el el Wayz, el primitivo GPS, ni siquiera era Wayz. Era un GPS que se compraba aparte y que lo ponía ahí en el tablero del coche. Y decía la dirección exacta y cómo llegar y salir de qué vuelta salir y a llegar a una dirección que uno nunca había ido. Y ahora te lo hace Wayz.

Esos ya son robots y eso ya te facilita las cosas, antes uno salía en mi época mi papá decía, "Oye, pues vámonos una hora de anticipación para perdernos bien, para perdernos a gusto y luego ya a ver cómo ya llegamos por ahí y ahí preguntamos, ¿no?" Entonces este y eran las pérdidas brutales, una pérdida de tiempo y de energía y de productividad enorme. Entonces, ahorita créeme que yo desconfío mucho, vamos a aprender y yo me tengo que reinventar. Yo tengo que hacer TikTok, y tengo que hacer este reels, y tengo saber editar , poner letritas y todo esto y hacer y entender cómo funciona Chat GPT, cómo funciona Deep See y lo que venga. Porque yo no me quiero jubilar, digo.

Yo vi muchos viejitos cuando llegué al Universal amargados , “no, pues ya no sigo puesta chamba, el pinche director ya me corrió y este y no, es que ya las nuevas las cosas, las computadoras y todo”, pero entonces este dolidos con unas pensiones magras, entonces todos amargados. Incluso de mi edad, ahorita, mi actual edad de 60 años que ya estaban totalmente out jodidos sin y que no tenía ninguna ambición por actualizarse, ninguna ganas. Hay un periodista aquí que se llama Miguel Reyes Rasso. Y su primera entrevista la hizo en 1964 el día que yo nació, el 28 de marzo de 1964, él ya estaba reportando, él tiene cerca de 90 años.

Y estuvo ayer conmigo en un curso de inteligencia artificial, el sigue vigente, el sigue buscándole, pero sigue haciendo entrevistas, él sigue ya a su ritmo y todo, sus defectos ya de viejito, el gruñón, le grita a los maceros, piropea las mujeres en la calle, cosas que ya no se pueden hacer y este Cállate, Miguel, pues no se puede. Entonces, cambiaron los tiempos, las políticas de género, la igualdad, el feminismo, muchas cosas que tan bien he visto evolucionar, en cuando yo todavía me tocó ver periódicos de vespertinos en el gráfico del Universal Gráfico en que todavía buscaban prostitutas para irle a tomar fotos en hoteles, y era la foto de la chava de la página tres, entonces, ahí hacía su stock, de fotos de la chava encuerada, pues chavas que se dejaban, tomar fotos.

Tenían un stock como de 200 mujeres, de fotos de estudios, del shooting, y cuáles derechos de la mujer y cuál es, no, ahorita sí ya cuidamos mucho todo eso, pero aquel entonces les valía gorro, había evolucionado creo que para bien, a las mujeres les iba muy mal, toda esa generación de mujeres ninguna fue directiva. Yo ahorita tengo una una jefa, que fue mi compañera, entramos al periódico el mismo día al Universal. Ella revisaba los cables que llegaban de Estados Unidos porque era traductora, y estaba estudiando periodismo en la facultad de ciencias políticas. Y ahora mi jefa, somos compañeras de una generación. Entonces la respeto como mi jefa, pero pues somos cuates, de toda la vida, ella me trajo aquí.

Entonces este ya hemos visto esa evolución, pero a pensar que ella en el universal ella debió haber sido subdirectora y nunca fue subdirectora, porque no es de hombres. A mí sí me tocó porque yo era hombre, ¿no? . Entonces son cosas que han evolucionado para bien, ¿no? Todavía veo que se quejan mucho las feministas, que pinche mundo y que el sistema patriarcal. Sí, pero ahí va, va, va cediendo, va, va, va, va evolucionando.

E:De hecho, este ahora que está hablando de grupos, este de masas del público en general, este me gustaría preguntarle , ¿usted cómo cree que se perciban las las noticias generadas por IA a comparación de las que están generadas por nosotros? por personas y por periodistas.

AJ:La gente no lo sabe, el público que la recibe no lo sabe. Incluso tú puedes ver un TikTok hecho por inteligencia artificial y no lo distinguirás. Eh, la gente entra a tu sitio de noticias favorito o no favorito, pero entraste y no sabe si el texto está hecho con inteligencia artificial o por un ser humano. Eh, todavía la gente no tiene el feeling para ver para discernir. Hay textos, las crónicas, por ejemplo, ahora que fue todo el problema los desaparecidos, este campo de

exterminio de Juchitlán en Jalisco. Hubo crónicas de gente que dijo y las madres lloraban y servían y se acercaban a la ropa. Eso no lo pudo haber hecho una inteligencia artificial. Eso tú sabes que eso tuvo un ser humano sensible que se acercó y que vio y que estuvo ahí. Y vio cómo las mamás, porque los periodistas son los testigos, pero no somos protagonistas. Vieron ese momento, ¿no? Y cómo entraron y cómo lloraron y cómo encontraron zapatos y cómo encontraron ropa y cómo encontraron y las reacciones de la gente.

Eso pues cuando menos ahorita todavía la inteligencia artificial no lo puede hacer. No sabemos si lo va a llegar a hacer, es muy probable que sí, pero de momento no, entonces ahí se necesita mucho este mucho feeling, un ser humano, ¿no? que transmita la información.

E: Sí, con lo que decía que al final de la cadena tiene que haber una persona que revise todo.

AJ: El boletín de prensa de ayer el dólar salió a 21 pesos, 60 centavos por efecto de la evaluación y todo pues es una nota dura. Entonces lo puedo haber hecho una máquina o lo pude haber hecho un ser humano, ¿no?. Al final un ser humano aquí tiene que revisar que todo esté correcto, pero este pero ya se ahorró una hora de trabajo, puede pasar otra cosa, vamos a poder ser más productivos, ¿no?.

E: Hablando de eso, este de toda esa productividad del cambio en el flujo de trabajo. ¿Usted ha notado, o sea, usted que ha visto entrar y salir a muchos, este en toda su en toda su experiencia. Me gustaría saber qué este si ha notado el cambio entre la brecha generacional de quienes van ingresando ahora en pleno apogeo de la IA a los que a los previos a ellos?.

AJ: Todavía no. Hay un cambio generacional cultural. La generación Z y todos los que somos boomers, yo soy el último al baño de los baby boomers, yo ni siquiera soy generación X, ¿no?..Esté, 64 es el último año de los boomers, yo soy boomer, que nos quejamos de los millennials, chillones, quejosos, este yo estuve o en una redacción donde te gritan, "Eres un pendejo" y te aventaban cosas y cosas que ahora no se toleraría, ¿no? y inmediatamente levantas la administrativa, te quejas en derechos humanos, este oye, "que te quedes más tiempo", oye, pues no, no puedo, no, "te chingas, no te estoy pidiendo permiso, no quiero, no te corro." Entonces estás entonces cosas que dices, "No, pues es que es no, antes ya antes aguanté", ¿no? y ahora pues no, hay un mayor trato, hay una cuestión cultural de diferencia de trato.

Sí, es una generación, generaciones más este chillonas, más dedicadas porque pues han sido más, fueron menos curtidas en lo duro. Van a tener su propia curva de aprendizaje de madurez, pero

ya no me va a tocar verla a mí, ¿no? y a ustedes les toca a ustedes lidiar con el futuro. Pero no todavía con inteligencia artificial. La inteligencia artificial tiene 5 minutos. Todavía no altera nuestros flujos de trabajo.

Todavía hacemos juntas editoriales, seres humanos, todavía decidimos las notas de los seres humanos, todavía se publica, se revisan, etcétera, todavía no nos cambia la vida, todavía no hemos corrido a cinco gentes porque pues ya una máquina lo sustituye, todavía no lo vemos en ningún medio, ¿eh? , todavía no, ni en el mundo, todavía estamos explorando, todo el mundo está entrando, todo el mundo está viendo y cómo vamos a regular esto, ¿cómo le vamos a poner? ¿Cómo va? .Como la escuela, o sea, cómo voy a cuidarme que un reportero no me esté engañando y me esté diciendo notas en Chat GPT y no sean notas propias, ¿no?. Así como la escuela cuidado que no sea un plagio ¿no?. Tu trabajo de este semestre de fin de año, eso todavía tiene muy poquito tiempo, todavía no se nota en en en los medios de comunicación, porque está la discusión de algo que salió en noviembre.

Lo que vino a revolucionar Chat GPT casi , casi a desbancarlo. Entonces, todavía es incipiente, todavía vamos para allá, lo vamos a usar, pero estamos en la incertidumbre todavía, todavía no sabemos cuántos puestos de trabajo nos va a tronar, todavía no sabemos las nuevas habilidades que hay que saber para poder adaptarse al cambio.

Entonces, te digo, todavía es muy incipiente, todavía no creo que haya un medio que te diga, "Sí, claro, nosotros ya estamos completamente adentro". No, estamos probando, ensayo y error y haciendo videos idiotas y no baja esta cosa, esta madre que cayó muy muy artificial, no, esto este lenguaje no va, y ahora ponle un filtro, la reportera ponle un filtro, no, quita tu pinche filtro, tienes que ser reportera. Estamos todavía debatiendo el marco ético. No existe todavía un reglamento de inteligencia en los medios. New York Times, Washington Post lo están armando el suyo, en Francia estaba armando el suyo apenas. Ahorita lo que tú y yo estamos platicando hay un comité en Nueva York, viendo cómo vamos a regular esta madre.

Todavía hace 5 años había la discusión de cómo regulamos el Twitter de los reporteros, mi Twitter personal es mi Twitter, yo puedo decir ahí echar madres y todo o el periódico me puede prohibir hablar en mis redes sociales o no, ese es mi individuo en mis ratos libres y yo soy, entonces este eran dilemas éticos, ahora sí que del pasado. Hoy estamos en las nuevas discusión, creando las nuevas regulaciones de lo que viene, ¿no? Antes Facebook era el lugar por la

excelencia de publicación de cosas de medios y ahora Facebook es donde están las tías, ya la generación ni se mete, y las tías son mis compañeras de generación, yo soy tío, entonces ahora, ya los chavos no quieren estar ahí donde está el tío, chingados de estar viendo con quién me meto y todo, ahora ya los chavitos, chavitos de secundaria tienen chats en Instagram y en otras cosas que son verdaderamente cosas brutales. O sea, de como de bullying, este y estamos aprendiendo, estamos hablando cómo de tal la tecnología tan rápido, que te digo, es un momento. Entonces, lo que estábamos discutiendo hace 3 años de cómo que si el Twitter de nosotros era el personal, era lo desvinculamos del de la empresa y no podíamos dar opiniones personales porque de algún modo pues no te podías desdoblar del periodista de la persona.

A lo mejor yo podía ser muy institucional y por acá decía “Lopez Obrador es un pendejo”, entonces este mi jefe me regañaba, “oye, tú no puedes decir eso”, etcétera, ¿no? O al revés, “López Obrador es lo mejor y entonces chingue su madre esté Peña Nieto”, ¿no? A ver, es reportero de esta institución, tú no te puedes meter, etcétera. Eran regulaciones que ahorita ya ni discutimos, ¿no? Ya estamos en lo que sigue. Y te digo, yo quisiera decirte, "No, esto ya está el mundo ya establecido para la inteligencia artificial." Nada, estamos apenas, que estamos en curso, y eso si en noviembre no sale una cosa que desbanque Deep six.

E:Un nuevo avance, ¿no? .

AJ:Exacto, de hecho una transición, ¿no?.

E: Sí, este como transición este momento de incertidumbre que usted nos habla de cómo se están poniendo las pautas apenas. Este, a mí eh bueno, cómo va a cambiar a transformar la el el trabajo del periodista.

A mí me interesa saber ¿qué habilidades y actitudes considera usted fundamentales para que los periodistas puedan adaptarse y prosperar en este nuevo entorno? En esta nueva empresa periodística que se está transformando.

AJ:Yo creo que nos va a ayudar, vamos a generar más notas, más notas más precisas en menos cantidad de tiempo. Vamos a tener que ser muy hábiles para que el factor humano siga persistiendo.

Hace yo creo que ya hace 8 años no había la tecnología todavía para tener videollamadas como las que estamos teniendo tu y yo ahorita, ¿no??. Había algo que se llamaba MySpace, que era muy malito y este y había antecedentes de MySpace que eran ICQ. Este, ya ustedes ya ni los conocen

ni los vieron y ahorita todos los días a las 12 del día todos los directores del país del de esta organización son 45 directores de periódicos de todo el país nos conectamos en una junta como esta y predicamos que vamos a llevar mañana, algo que era impensable cuando estaba yo en el Universal. Entonces, no, porque había que ir a ver al director de Querétaro a Querétaro, hacer llamadas por larga distancia que costaban mucho dinero. Ahorita ya cualquier celular tú puedes llamarle a quien sea en Guadalajara, tú piensas en Guadalajara, entonces, no, no te cobran. Entonces, ya antes eran unas llamadas brutales, hijole, tengo que hablar al de Guadalajara, tengo que hablar de Monterrey. Este, cómo nos vamos a coordinar para el partido. Se mandaban enviados a Guadalajara o a Monterrey cada vez que había partido de fútbol y ahora pues todo es en un ambiente el mismo ambiente de comunicación, con el que tenemos. Eso es una ventaja, es una productividad, no hay viajes.

No hay, ya todo lo veo aquí, yo puedo prenderme en la tele, veo ESPN o puedo ver todos los partidos de tenis que yo quiera, yo soy muy aficionado al tenis, sin moverme de la oficina y yo no dejo de ver el tenis y yo no dejo de hacer mi chamba. Entonces no dejó de estar en contacto con los editores de Tijuana. “Oye, ¿por qué salió este articulista así?, Oye, ¿cómo aceptaron a tal güey en Chiapas, no?, esté, oye, ¿qué onda con los colaboradores de Jalapa?

Que me habla la directora Chihuahua. Oye, voy a meterme con la al senador no sé qué. Oye, ¿te parece? Oye, vamos a Oye, hay que equilibrar, hay que tener a Morena, hay que tener al PAN, hay que tener al PRI, hay que tener a todos, ¿no? Hay que tener hasta las ONGs, hay que tener a las madres buscadoras, hay que tener a las feministas, hay que tener ponerla de atrás, el LGBT “,etcétera, entonces este todo eso lo armó en una mañana, la mañana es mi horario de estar hostigando a los directores.

O sea, que antes no se podía hacer más que con llamadas impersonales, la gente se te escondían, te querían, te contestaban, si no, no y ahorita no hay forma, desde mi celular, hijole, ya no me dio tiempo, ahorita pues en el coche, no, pues hacer llamadas cosas que eran de ricos, ¿no?. Hace cuando mi jefe fue de los primeros que tuvo este teléfono en el coche, en 1986.

Cada llamada costaba a precios de hoy, hacer una llamada en el coche pues da 1000 pesos, 1000 pesos de ahora. Una llamada de 3 minutos de que ¿Cómo está todo en el periódico?, oiga, jefe, pasó esto, oiga, le hablan de los pinos que se presente, 1000 pesos, oiga, carísimo, ahora ya con cualquier pinche teléfono podemos hacer el contrato. Por eso lo aprecio yo mucho mi teléfono, lo

adoro, lo quiero porque puedo ver partidos cuando yo tenía 10 años hoy al de la Azteca, este, en mi teléfono hay chicharitos, no, hay un radio, un radio de transistores, ay, a poco ¿Cuándo habrá una tele así chiquita que yo pueda ver los partidos, ya se logró 50 años después, y yo tenía 10 años así de 50.

Entonces este es una maravilla, me va a doler mucho cuando me muera porque no voy a ver las nuevas tecnologías y lo que va a seguir, pues, mi mamá se murió en 1982 cuando yo tenía 18 años de edad y ella nunca vio internet, no no sabía ni lo que es un teléfono celular, entonces este pues así me va a pasar, pues que no, no va a tocar ver que cosas van a ser maravillosas y hay que apreciarlas así como algo maravilloso, que tiene retos, que se puede ser malusado, que los malos lo pueden hackear, que no se puede ser usado por el crimen organizado, que se puede ser usado para la pornografía, para la trata de menores, etcétera. Bueno, hay que ir metiendo controles, hay que saberlo usar. Nada más que sepamos qué tecnología vamos a trabajar, porque ahorita te digo que todo es incertidumbre, todo es transición, ¿no?.

E: Entiendo, entiendo. Sí, ahora sí que nos dio un montón de información que para analizar, la verdad, es muy valioso.

AJ:No, ojalá no nos haya confundido, pero bueno.

E:No, para nada, ¿cómo crees?. De hecho tenemos una última pregunta, si no le importa. Queremos saber ahora sí que su opinión, sus ideas con respecto a toda lo que incluye la inteligencia artificial, ¿alguna opinión, este comentario, idea? .

AJ:Yo, yo creo, yo soy un fanático de la tecnología, yo creo que tenemos que ir para allá.

Yo creo que hay quien es escéptico y estaba estaba empezando a leer el libro Nexus de Juan Nexus. Y el libro es totalmente pesimista sobre la inteligencia artificial, ¿no? Ese, es la muerte del humanismo. Es como que el control de nuestras vidas por los robots. Esto está en la chingada, el mundo ya se lo llevó pifas, ¿no?. Yo no soy tan pesimista. Yo creo que esto hay que aprovecharlo, porque he visto esos cambios.

Así como los reporteros que se oponían a que compran computadoras porque no iba a funcionar eso, así como los diseñadores que cortaban las galerías con cutter, pues, obviamente no les iba a gustar porque quedó obsoleta.

Tenemos que ir ver y aprovechar y sacar el mejor provecho. Yo creo que es para bien. Pero tenemos que ser como humanidad, ya dijimos periodistas como seres humanos muy inteligentes para que no nos ganen, para que no sean superiores a nosotros.

La inteligencia artificial es una creación humana. Entonces, por lo tanto tiene que mantenerse así, pero yo creo que vamos a ver medios de comunicación diferentes en el futuro. Ya no va a haber medios impresos todo va a ser tecnológico, todo va a ser este el breaking news te va a llegar gratis por todos lados, es un commodity, que ahorita se muere el papa o se muere Messi y nos enteramos y no tienes que pagar nada.

Entonces este, pero lo van a tener que pagar por lo del diferenciador, lo exclusivo, ¿no? .Pues pasiones, a mí me gusta mucho el tenis o yo le voy mucho al Guadalajara o yo le voy aquí si le invierto por una app que me cuesta \$1 al mes, ¿no? O sea, 15 pesos o 100 pesos al mes , bueno chance y si los pago ¿no?.

E: Como un sistema de pago por servicio.

AJ: Exacto, que además eso va a ir evolucionando. Entonces ya la forma de cobrar de los medios va a ser otra. Cuando yo era niño, mi papá se suscribió al periódico y llegaba a la casa, había que pagar por el periódico, pagábamos por nuestra información, no era gratis, ¿eh? No había internet. Pagábamos por ver qué había en las noticias, vamos a tener que regresar a eso, pero en otros formatos totalmente, en otros ámbitos.

El 80% de las lecturas de la página del Sol de México, del sitio del Sol de México, es el teléfono y 19% restante es, en iPad. Y ya la laptop ya no funciona, el desktop, la computadora de escritorio ya no jala. Ya, ya son totalmente es teléfono, totalmente es este en dispositivos. Y creo que va a haber un momento en el que el teléfono va a ser, va a dejar de ser, va a existir algo nuevo, ¿no?.

O cómo está pensando Elon Musk, integrarlo, meternos el teléfono en un chip en la mano, como tener el chip, ponértelo aquí subcutáneo, así como tienen ahora los sistemas de para los secuestradores y todo para meterte un GPS o antisecuestro, para saber dónde está una persona. Este, pues así, ya vamos a tener toda la información del de los lentes. Sí, sí, sí, va a ser algo otra cosa completamente distinta, ahorita para para vernos tú y yo y Juan Manuel tuvimos que prender la computadora, ponernos de acuerdo en un horario, hacer todo un protocolo, ¿no? para poder llegar y poder ver. En cierto momento ya ni va ni eso, ¿no?. Para ver un poco cosas

nuevas, pero creo que nos va a ayudar. Yo siempre creo que soy optimista, creo que nos va a ayudar a entrar a un nuevo a un nuevo mundo. Algo que no conocemos, Leonardo da Vinci se hubiera muerto de emoción de ver esto.

Una vez también dijo un director de orquesta que a Mozart por el tipo de música que hacía Mozart, a Mozart seguramente le hubiera gustado mucho el eléctrico. O sea, que esté el tipo de música que nunca conoció ni las guitarras eléctricas ni nada.

Y sin embargo, pues nos llevó y cuando salió la guitarra eléctrica y decía, "Ah, esta mamarrachada de las guitarras eléctricas son tan, tan bonitas estas guitarras como el tradicional. Es del demonio, la guitarra eléctrica. No, pues es diferente, ¿no?, son nuevos lenguajes, no van a alargarse, ¿no? Y ya después hubo gente que llevó la guitarra eléctrica a niveles excesivos. De Eric Clapton y la serie de músico.

E: los Slash, todos ellos.

AJ: Exacto, todos ellos.

E: Todos se van transformando.

AJ: Se van transformando y no necesariamente para mal. Yo no soy de la gente que dice, "Ay, todo en tiempo pasado, fue mejor". No, pues fue, como fue. No y nos costaba un chorro de trabajo hacer lo que hacemos ahorita en 3 segundos. Bueno, vamos a adaptarnos a lo que sigue hasta donde lleguemos.

E: Bueno, muchísimas gracias.

Anexo 9. Entrevista a Carlos Pozos, Sandra Aguilar y José Sobrevilla

Medio de Comunicación: Independiente (LM Noticias)/ Independiente (AE Grupo Informativo)/

Edad: S.D/ S.D/ S.D

Lugar de Estudios: UNAM/ S.D/ UNAM

Rol: Periodista/ Periodista/ Periodista

Fecha de la entrevista: 19 de marzo 2025

Modalidad: Presencial (Restaurante Catedral)

Identificadores: Entrevistador (E) Carlos Pozos (CP) Sandra Aguilar (SA) José Sobrevilla (JS)

Inicio de entrevista

CP: Bueno, amigos, yo soy Carlos Pozos, eh soy un periodista con 44 años en el ejercicio de esta profesión y bueno, pues es el motivo de esta reunión, de esta entrevista tiene que ver con la inteligencia artificial y el periodismo.

Yo considero que sin duda la inteligencia artificial ayuda mucho, sobre todo en tiempos para la redacción de notas. Sin embargo, pues es una buena guía, pero debemos de utilizarla con ese asunto de los prompts y la inteligencia artificial va a ir entendiendo qué es lo que queremos. Tenemos nosotros que educar a la inteligencia artificial y conforme vas trabajando con ella, ella se va adaptando a las necesidades de cada periodista, de cada persona que está utilizando pues esta inteligencia que está en las redes para crear imágenes, para redactar, para hacer un comunicado, para realizar una nota, compartir ideas.

Eh, como inteligencia artificial, pues es una máquina, muchas de sus respuestas están equivocadas porque no supimos plantear bien nosotros la pregunta. Entonces, tenemos nosotros que verificar que la información o que el cuestionamiento que le hicimos a la inteligencia artificial haya sido bien planteado de acuerdo a nuestras necesidades.

Bueno, la inteligencia artificial, pues es una herramienta que nos va ayudar a simplificar los tiempos, a pelotear ideas, a tener mejores resultados. Sin embargo, se necesita, reitero, que el usuario entienda, pues entre estas inteligencias está: Grok, ChatGPT, Copilot, Dall E, cada una de ellas tiene sus aciertos y errores en sus actividades a realizar.

La inteligencia artificial no está peleada con el conocimiento, no está mal usar la inteligencia artificial para crear un comunicado sencillo y difundir información, pero si estamos utilizando la inteligencia artificial para resaltar una crónica, reseña o un trabajo de investigación hecho por nosotros mismos, ahí sí necesitaríamos entrar a un trabajo más profundo de investigación de nuestra parte.

Por ello, finalmente considero que la inteligencia artificial creada por el ser humano podrá ser ese mecanismo para ayudarnos, pero finalmente los seres humanos somos quien vamos a dictar finalmente qué va hacer la inteligencia artificial y cómo se irá desarrollando.

JS: Me gustaría comentarles que las primeras ideas de inteligencia artificial empezaron desde 1950, pero fue hasta 1962 aproximadamente cuando se empezó a llamar así. Entonces, ¿qué es lo que pasa con la inteligencia artificial?, ¿Para qué nos sirve?, ¿Cómo ayuda al periodista?

Muy sencillo, por ejemplo, el New York Times y otros periódicos importantes la utilizan para establecer notas cortas y para ayudar a investigar temas muy concretos. Por ejemplo, está el asunto de las cifras de la bolsa de valores, tú le pides que te haga un comparativo de la bolsa de valores de las tres principales bolsas de valores del mundo y te las hace sin error, y ¿Por qué sin error? Porque el algoritmo de la inteligencia artificial no permite errores, o sea, ya si quieres verificar lo que te hace o te dicta la inteligencia artificial ya estás perdiendo tiempo.

Entonces, ¿qué es lo que hace fuerte a la inteligencia artificial?, la manera en que preguntas, los famosos prompts, que son la descripción sobre qué es lo que quieres que te investigue la inteligencia artificial.

¿Por qué es importante la inteligencia artificial en periodismo de investigación?, sencillo, las inteligencias artificiales (ChatGPT, Grok, DeepSeek) están conectadas a bases mundiales de datos. Entonces, cuando tú haces una pregunta a la inteligencia artificial de que te investigue cierto tema tienes que detallar qué parte de ese tema quieres que investigue y si le puedes dar referentes de qué bases de datos quieres que consulte. Todo eso te va a ayudar a tener un texto muy bien documentado.

Mi experiencia con la inteligencia artificial ahorita ha sido para redactar algunas cosas, además para investigar temas de esos, la utilizó para elaborar mis videos. Ahora yo grabo un video, lo mandó a la inteligencia artificial y me hace una transcripción casi puntual con pocos errores.

Entonces ya nada más te pones el audio y lo vas comparando y corrigiendo, luego ya le das la redacción que tú quieres.

CP: Pero Pepe, esto que ayuda también desplaza la mano de obra del periodista, va a desplazar a reporteros.

JS: En algunos casos ha llegado a desplazar en las mesas de redacción a algún personal, pero todavía no ha llegado a niveles de alarma porque los únicos periódicos que en el mundo están utilizando la inteligencia artificial en sus redacciones, son muy pocos. Desgraciadamente, el Financial Times, The New York Times y otros de Europa son los que han desplazado, pero una cantidad mínima de personal de redacción.

Otra cosa, tú tienes un artículo, lo ya lo redactaste y todo, por una módica cantidad en internet encuentras una aplicación en donde metes el texto y te lo redacta con los algoritmos de Google para que sean localizado fácilmente por la gente que navega. Esa aplicación que te cobra caro te jerarquiza tus datos y te lo redacta a manera que los algoritmos los ubiquen. Está padrísimo, pero yo no tengo \$6000, \$7000 pesos para pagar al año y que hagan eso.

Lo que sí estoy gastando ahorita y mucho es en una aplicación que es certerísima para hacer transcripciones, tú le metes el video y te regresa la transcripción en español. El mismo Word te lo hace, pero la única diferencia es la asertividad con la que lo traducen.

Yo ahorita estoy pagando un promedio de \$3000 pesos por esa aplicación y también estoy pagando un promedio de \$4000 y \$5000 en mi aplicación de Filmora para editar mis videos. Filmora te da todo, te cambia la voz, te corrige las imágenes, es impresionante la cantidad.

SA: Soy Sandra Aguilar de Grupo Informativo, en lo único en lo que sí no estoy de acuerdo porque por algo no se ha legislado. Han pasado legislaturas y el tema se ha quedado ahí, creo que avanzó mucho con López Casarín cuando fue diputado, él traía mucho el tema mesas de trabajo de inteligencia artificial. Pero sí, ciertamente más allá de lo que hemos escuchado, de la mano de obra, es algo que no está regulado.

Cuántos videos podemos encontrar ahora mismo en las redes sociales, en donde el presidente fue objeto de señalamientos, PEMEX también ha sido objeto de caer en malos actos en donde invitaban a la ciudadanía que invirtiera.

Eh, a la presidenta actual de México, Claudia Sheinbaum Pardo le han hecho videos en donde se burla de la gente, en donde también invita a que inviertan. Entonces esa parte de la inteligencia

artificial es en la que no estoy de acuerdo y que por algo nos hace falta mucho, pero por algo no se ha logrado aprobar, legislar porque faltan muchos y estoy hablando de ataques políticos. Imagínense ustedes si nos vamos más allá con los menores de edad, en los que ellos ni siquiera tienen esa facilidad de discernir, esa capacidad de discernir que es bueno y que es malo, de si es real o no es real. Y ahora con todo esto donde te están invitando a que trabajes, lo que pasó de Izaguirre, imaginen ustedes que hagan con la inteligencia artificial también esas invitaciones de trabajo. Yo creo que si aún nos falta mucho, sí es bueno, pero ese es el lado malo que yo sí quisiera esté a mi punto de vista dejar sobre la mesa.

JS: Fijate que tienes razón, justo una semana después de que salió la primera reglamentación de la Unión Europea para la inteligencia artificial, yo le le hice una pregunta y esa pregunta la esquivó, pero yo le comenté qué por qué no se enviaba la iniciativa o no se hacía una reglamentación.

SA: Ya existen muchas iniciativas y propuestas, pero ninguna ha logrado pasar en ambas cámaras, tanto en diputados como en senadores. Se ha quedado en comisiones.

JS: Qué lástima, pero hay una cosa, yo no conozco esas esas iniciativas presentadas y yo creo que poca gente las conoce, solo tú que estás en reportando dentro del congreso, pero sería importante que las pelotearan con los especialistas.

SA: O a lo mejor no son iniciativas, son proyectos para formular iniciativas, pero como no han llegado a acuerdo y no han logrado cubrir los requisitos que se necesitan para poder legislar, hasta ahí se ha quedado en esas comisiones de trabajo.

E: Ahorita me están comentando sobre cómo utilizan la inteligencia artificial y sus implicaciones, pero también viene este desplazamiento de la mano de obra del trabajo periodístico. Me gustaría que puntualmente me comentaran, ¿Creen que el público percibe de manera diferente las noticias generadas por IA a las noticias generadas por los periodistas? o ¿Por qué los periodistas tendrían ese valor agregado a comparación de una inteligencia artificial?

SA: La inteligencia artificial no tiene sentimientos, la inteligencia artificial no tiene esa capacidad que los años que nosotros tenemos palpando la noticia, la inteligencia artificial no tiene esa capacidad de ver qué hay antes, qué hay detrás, qué hay después, no tiene esa capacidad del ser humano. Y sería, pienso yo, en mi muy humilde opinión, noticias frías, de lectura, de leer notas y no con un sentido humano o enfocado, pienso yo.

CP: Yo creo que Joaquín López Dóriga erróneamente le dio la bienvenida a la inteligencia artificial en Radio Fórmula, no recuerdo cómo le pusieron a la asistente de de la inteligencia artificial y la pregunta es si la gente se va a dar cuenta, pues sí, porque se nota la voz de la inteligencia artificial y además se nota la imagen que pues no es un ser humano, entonces la ciudadanía o el espectador, el televidente inmediatamente va a distinguir, pues que no es un ser humano quien está dando esa información.

JS: Lo que pasa es que todavía no se desarrolla una inteligencia artificial que piense realmente. Ahorita está en una fase, es como la clonación. La clonación de seres humanos despertó unos comentarios y rechazos grandísimos. Ahorita todavía no llegamos al nivel de tener una inteligencia artificial que sea autorregenerativa, que a partir de los datos que va captando, solita se autoprograme y continúe hasta llegar a superar al ser humano, no lo han logrado hacer.

SA: La Alexa es inteligente artificial, te responde y todo, pero tiene su grado de error. Pero sin embargo, cosas positivas, la imagen de Dulce que dicen que la hicieron igualita, que cantaba igualito, que es como si la estuvieras viendo en vivo, para ese tipo de cosas sí es bueno pienso yo utilizar la inteligencia, pero para algo delicado como es la generación de noticias, yo sí lo veo complicado y robótico.

JS: Lo único que hacen es apoyarte con algunas cosas, pero no pueden ir más allá, ¿Qué es lo que debe de hacer el periodista? Es utilizar la herramienta para mejorar su trabajo, nunca te va a superar la inteligencia artificial, eso es un hecho. Lo que sí es que te va a ayudar a ser un mejor periodista. ¿Por qué? Porque vas a tener la oportunidad de que te investigue datos.

El reportero es el que determina cuál va a ser el contenido, hay aplicaciones que te jerarquizan la información que nos enseñaron en las escuelas de que el triángulo invertido, que si no atrapas al lector en las tres cuatro primeras líneas ya no lo atrapaste y esas cosas que nos enseñaron en la academia y te las hace de gran manera la inteligencia artificial.

E: Para finalizar me gustaría preguntarles, eh nosotros como futuros periodistas y personas que vamos a egresar, ¿qué actitudes consideras esenciales para que un periodista se adapte y se prepare para este nuevo entorno laboral impulsado por la inteligencia artificial?

SA: Que no se niegue, que conozca y que se permita conocer la inteligencia artificial, que no se niegue a esta nueva posibilidad.

JS: Muy bien, pues todo depende de ti, del tipo de periodista que quieras ser y hasta dónde quieras llegar. Lo importante es que se interesen en el tema que le pregunten a la inteligencia artificial todo y la inteligencia les va a decir que programa es mejor para utilizar.

CP: Yo cerraría con esto, la inteligencia artificial pues es una creación humana. Eh, la inteligencia artificial la puedes tener con la generación de luz, de electricidad. Si no hay electricidad, a tu computadora se le va a acabar la pila, y no va haber inteligencia artificial.

Entonces la mayor inteligencia es la inteligencia humana, la memoria, todo lo que sea humano no va a ser sustituido por la inteligencia artificial jamás.

E: Ok, muchísimas gracias:

Bibliografía

Acevedo Valdés, E. (2000). *La caricatura política en México en el siglo XIX*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo Editorial Tierra Adentro.

Amazon Web Services. (2024). *¿Qué es el procesamiento de lenguaje natural (NLP)?* AWS. <https://aws.amazon.com/es/what-is/nlp/#:~:text=La%20generaci%C3%B3n%20de%20lenguaje%20natural,personal%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente>.

Arana, M. (2017). *Retos Del Periodismo Del Siglo XXI* (1.A Ed.). Alfagrama Ediciones.

Artículo 19. (2024). *Periodistas Asesinados En México:En Posible Relación Con Su Labor Periodística*. <https://Articulo19.Org/Periodistasasesinados/>

Avilés Solís, C., Hernández Ortiz, E., & Horta, J. (Coords.). (2011). *Periodismo en México: Recuentos e interpretaciones*. Editorial Porrúa.

Bazant, M. (1993). *Historia de la educación durante el Porfiriato*. El Colegio de México.

Bensoussan, S. (2015). *Des Robots Au Monde Pendant Les Élections Départementales ? Oui... Et Non.* Le Monde. https://Www.Lemonde.Fr/Le-Monde/Article/2015/03/23/Des-Robots-Au-Monde-Pendant-Les-Elections-Departementales-Oui-Et-Non_5995670_4586753.Html

Becerril, A., & Saldierna, G. (2023, marzo 15). *Deroga Senado Ley sobre Delitos de Imprenta*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2023/03/15/politica/deroga-senado-ley-sobre-delitos-de-imprenta-3578>

Bill Kovash, & Tom Rosenstiel. (2022). *Elementos del periodismo*. Librería CIDE. <https://researchs.uam.elogim.com/c/p347yv/ebook-viewer/epub/yne4vrjz2j/section/navPoint-8>

Cano, A. (2011). *La libertad de imprenta durante la dictadura de Porfirio Díaz*. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta (Coords.), *Periodismo en México, recuentos e interpretaciones* (pp. 105–114). Porrúa.

Carlson, M. (2014). *The Robotic Reporter*. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>

Castells, M. (1997). *La sociedad red: La era de la información, volumen I: Economía, sociedad y cultura*. Tusquets Editores.

Castañeda, M; Reed, L & Cordero, E. (1998). *El Periodismo En México 500 Años De Historia*.<https://www.paginaspersonales.unam.mx/files/4813/Asignaturas/1417/Archivo2.2362.Pdf>

Caloca, E. (2003). *Recuento Histórico Del Periodismo*. México, Df: Instituto Politécnico Nacional

Constitución Política De La Monarquía Española.(1812).*Promulgada En Cádiz A 19 De Marzo De 1812*.Art.371. España. https://www.congreso.es/docu/constituciones/1812/Ce1812_cd.Pdf

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Drucker, P. F. (1967). *El ejecutivo eficaz* (H. Laurora, trad.). Buenos Aires: Editorial Sudamericana.https://biblioteca.empresainteligente.com/resources/biblioteca/archivos/el_ejecutivo_eficaz.pdf

Encinas, M. (2024). *La innovación disruptiva como recurso para la transformación de modelos de negocios en medios de comunicación*. Universidad Complutense de Madrid.

Félix, S. (2023). *Inteligencia artificial en las noticias: cómo deberían pensar los periodistas sobre la IA*. Recuperado de https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php

Fernández Chapou, M. (2013). *Nuevo periodismo en el siglo XXI: Hacia un modelo de análisis de tendencias emergentes*. Virtualis, 1(1), 1-10. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/7>

Forbes.(2015). *Narrative,Science* <https://www.forbes.com/sites/narrativescience/>

Forbes Product Group. (2018). *Entering The Next Century With A New Forbes Experience*.
<https://www.forbes.com/sites/forbesproductgroup/2018/07/11/Entering-The-Next-Century-With-A-New-Forbes-Experience/?Sh=480d0f83bf4f>

Franco, D.(2021). *Periodismo y derechos humanos. Guía didáctica para la formación de periodistas*. México: Productora de contenidos Culturales Sagahon Repoll.

García, C. G. (2006). *El Imparcial, primer diario moderno de México* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/85107>

Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism.

Gustavo.A.V (2022). *Una Breve Historia De Los Blogs En América Latina*. <https://Drive.Google.Com/File/D/1x3u0ovmjjoedsjxkff63yvtig6hnb27-/View?Usp=Sharing>

Gutiérrez-Coba, L. (2013). *Calidad informativa en la era digital: el gran reto*. 16(3), <https://researchs.uam.elogim.com/c/p347yv/viewer/pdf/nlhikregun?modal=citen>

Gutiérrez, H., & Gutiérrez, K. (2020). *Inteligencia Artificial: Definición, Aplicación Y Ejemplos*. Bit2brain. Recuperado 20 De Noviembre De 2024, De <https://Bit2brain.Com/Inteligencia-Artificial-Ejemplos-Practicos/>

Guzmán Matamala, M. (2021, 4 de junio). *Uso de la tecnología para la comunicación*. ACES Educación. Recuperado de <https://educacion.editorialaces.com/tecnologia-para-la-comunicacion/>

Herrán, M. T., & Restrepo, J. D. (1992). *Ética para periodistas*. Tercer Mundo Editores.

Hernández Osorio, L. (2023, abril 27). *Celebra Subsecretaría de DH abrogación de ley sobre delitos de imprenta*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2023/04/27/politica/celebra-subsecretaria-de-dh-abrogacion-de-ley-sobre-delitos-de-imprenta-7794>

Huerta, E. (2013). *Apuntes para servir a la historia de los defensores de Puebla que fueron conducidos prisioneros a Francia; enriquecidos con documentos auténticos*. Editorial Las Ánimas.

Kapuściński. R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Los%20c%C3%ADnicos%20no%20sirven%20para%20este%20oficio.pdf>

Krauze, E. (1994). *Siglo de caudillos: Biografía política de México (1810-1910)*. Tusquets Editores.

Laboratorio de Periodismo Luca De Tena. (2020). *Así usa Reuters la Inteligencia Artificial en su redacción*.

<https://Laboratoriodeperiodismo.Org/Asi-Usa-Reuters-La-Inteligencia-Artificial-En-Su-Redaccion/>

La Crónica De Hoy. (2024). *Openai Y Agencia Ap Se Unen Para Impulsar La Era Del Periodismo* Con Ia.

<https://Www.Cronica.Com.Mx/Mundo/Openai-Agencia-Ap-Unen-Impulsar-Periodismo-Ia.Html>

Lopezosa, C., Pérez-Montoro, M. & Rey Martín, C..(2024). *El Uso De La Inteligencia Artificial En Las Redacciones: Propuestas Y Limitaciones*.<http://Www.Scielo.Org/Pe/Pdf/Rcudep/V23n1/2227-1465-Rcudep-23-01-279.Pdf>

Los Angeles Times. (2025). *Quakebot*. Los Angeles Times.
<https://www.latimes.com/people/quakebot>

Márquez Ramírez, M. (2025). *Volver a las bases: los proyectos de verificación de datos en México como reparación del paradigma periodístico*. En *Reparación del paradigma: Fact-checking en México* (pp. 179–184).

Matute, Á. (1995). *Prensa, sociedad y política (1911-1916)*. En *Las publicaciones periódicas y la historia de México* (p. 66). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Maya, C. A. M. (2023). *El Periodismo Digital*. In *Periodismo Económico en Colombia* (1st Ed., Pp. 157–162). Universidad del Externado. <https://Doi.Org/10.2307/Jj.3205974.11>

Meir, N. (2015). *Automated earnings stories multiply*.
<https://www.ap.org/the-definitive-source/announcements/automated-earnings-stories-multiply/>

Meta-Guide. (2024). *Automated Journalism: Bloomberg Cyborg*.
<https://Meta-Guide.Com/News/Journalism/Bloomberg-Cyborg>

Molina, D. (2021). *Qué es el periodismo de datos y herramientas útiles*. IEBS Business School. Recuperado de <https://www.iebschool.com/hub/big-data-y-el-periodismo-de-datos-big-data/>

Nemesio. R. (2021). *El Periodismo En La Era De La Desinformación. Nuevos Modelos Y Paradigmas De La Información. Desafíos Y Oportunidades En El Periodismo*. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv20hctkf.8>

Ntx.. (2017). *La Agencia Sudcoreana De Noticias Yonhap Presentó Su Primer "Robot Periodista", Capaz De Realizar Coberturas En Tiempo Real Y De Redactar Sin Intervención Humana*. <https://www.informador.mx/Tecnologia/Corea-Del-Sur-Presenta-Su-Primer-Robot-Periodista-20170822-0009.html>

Ochoa, M. (1968). *Reseña Histórica Del Periodismo Mexicano*. Editorial Porrúa

Ordiano Hernández, E. (2023). *La naturaleza de la enfermería: ética y moral. Unidad de Apoyo para el Aprendizaje. CUAED/Facultad de Enfermería y Obstetricia-UNAM*.

Palacios Farfán, C. I. (2023). *Reflexiones sobre la abrogación de la Ley sobre Delitos de Imprenta. Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 49, 529–537. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2023.49.18594>

Pani, E. (2001). *Para mexicanizar el Segundo Imperio: El imaginario político de los imperialistas*. El Colegio de México.

Redacción. (2020). *Breve historia visual de la inteligencia artificial. National Geographic España*. https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/breve-historia-visual-inteligencia-artificial_14419

Redacción. (2024). *La economía de los medios de comunicación: Modelos de negocio y evolución. Economía e Inversión*. Recuperado de <https://economiaeinversion.com/noticias/economia-de-los-medios-de-comunicacion-modelos-de-negocio-y-evolucion>

Redacción ComunicaTech. (2024, 27 de octubre). *El impacto de la tecnología en la industria de los medios de comunicación. ComunicaTech*. Recuperado de <https://www.comunicatech.com/el-impacto-de-la-tecnologia-en-la-industria-de-los-medios-de-comunicacion/30432>

Restrepo, J. D. (1999). *El zumbido del moscardón.: Desafíos éticos de la comunicación contemporánea. Medellín. Biblia, Teología Y Pastoral Para América Latina Y El Caribe.*
<https://revistas.celam.org/index.php/medellin/article/view/795>

Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística.* México: Fondo de cultura económica.
<https://fundaciongabo.org/es/recursos/publicaciones/el-zumbido-y-el-moscardon-i>

Rodríguez, E. (2011). Periodistas al grito de guerra: la prensa satírica durante la intervención francesa, 1862-1864. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta (Coords.), *Periodismo en México, Recuentos e interpretaciones* (pp. 71-88). Porrúa.

Rojo, P. (2003). *Producción Periodística Y Nuevas Tecnologías* (5.A Ed.). Comunicación Social.

The Washington Post. (2020). *The Washington Post to debut AI-powered audio updates for 2020 election results.* The Washington Post.
<https://www.washingtonpost.com/pr/2020/10/13/washington-post-debut-ai-powered-audio-updates-2020-election-results/>

Toussaint, F. (2011) Medios y personajes relevantes del periodismo durante el Porfiriato y la Revolución. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta (Coords.), *Periodismo en México, Recuentos e interpretaciones* (pp. 153-164). Porrúa.

UNESCO. (2023). *El modelo de negocio de los medios de comunicación está roto, poniendo en peligro nuestro derecho a la información.* Recuperado de
<https://www.unesco.org/es/articles/el-modelo-de-negocio-de-los-medios-de-comunicacion-esta-roto-poniendo-en-peligro-nuestro-derecho>

Universidad Iberoamericana.(2006).*Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México.*
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/645/1/Propuesta%20de%20indicadores%20para%20un%20periodismo%20de%20calidad%20en%20M%C3%A9xico.pdf>

WashpostPR (2016). *The Washington Post Experiments With Automated Storytelling To Help Power 2016 Rio Olympics Coverage*. [The Washington Post Experiments With Automated Storytelling To Help Power 2016 Rio Olympics Coverage - The Washington Post](#)

Zepeda, D. (2011). El Imparcial: una respuesta periodística al impulso de progreso porfirista. En C. Avilés Solís, E. Hernández Ortiz, & J. Horta (Coords.), *Periodismo en México, Recuentos e interpretaciones* (pp. 115-126). Porrúa.

Zuazo. N. (2023). *Periodismo e Inteligencia Artificial en América Latina*. Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>