

## El impacto de la desinformación en las rutinas profesionales y soluciones basadas en la inteligencia artificial

Bella Palomo<sup>1</sup>, Edson C. Tandoc Jr.<sup>2</sup> & Rodrigo Cunha<sup>3</sup>

Recibido: 15 de octubre de 2023 / Aceptado: 25 de octubre de 2023

**Cómo citar:** Palomo, B., Tandoc Jr. E.C. & Cunha, R. (2023). El impacto de la desinformación en las rutinas profesionales y soluciones basadas en la inteligencia artificial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 29 (4), 757-759. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.92160>

El porcentaje de ciudadanos que evita el consumo informativo ha aumentado bruscamente según el 2022 Digital News Report (Newman, Fletcher, Robertson, Eddy & Nielsen, 2022). Los altos niveles de confusión y desconfianza alcanzados durante la infodemia que acompañó a la pandemia global han provocado una fatiga informativa (Tandoc & Tim, 2023), apatía social y la búsqueda de mecanismos de desconexión y autoprotección. Paralelamente, las redes sociales han propiciado que el principio de autoridad se haya distorsionado creando una dependencia informativa de las plataformas (Hartley, Petre, Bengtsson & Kammer, 2023) a pesar de los escasos niveles de moderación que practican, como se ha demostrado en el conflicto bélico palestino-israelí y en la guerra de Ucrania. Estos ingredientes han forjado el sistema de medios más complejo de la historia, generando simultáneamente un impacto emocional y existencial en el seno de la profesión periodística.

En este contexto, la desinformación se ha convertido en una preocupación en las redacciones y en una línea prioritaria de investigación a nivel global (Cea & Palomo, 2021), compitiendo en protagonismo con un nuevo reto, ya que la dimensión estratégica de la actividad periodística se ha incrementado exponencialmente con la expansión de la inteligencia artificial. A la tradicional selección de temáticas, enfoques, elementos lingüísticos e imágenes, se incorporan soluciones tecnológicamente avanzadas que permiten agilizar y perfeccionar el proceso productivo aunque, paralelamente, también facilita la alteración de la realidad. La fascinación por el posibilismo tecnológico ha provocado una saturación de iniciativas en un corto periodo de tiempo, y los medios se han transformado en cómplices de esta difusión, construyendo imágenes de portada o incluso doblando a otros idiomas vídeos de personajes conocidos.

Con menor intensidad se han visibilizado los límites éticos de estas herramientas (Palomo, Masip & Heravi, 2022), y la crítica profunda ha sido desplazada por la velocidad de los avances y la resonancia de la IA. Pero la irrupción de la automatización de la información suscita debates e incertidumbres, y mientras algunos le asignan un rol degenerativo, enemigo, otros la perciben como aliada. Una dicotomía que convivirá durante los próximos años aunque en este número hemos decidido apostar por una línea constructiva y contemplar en la inteligencia artificial una oportunidad para reducir los desórdenes informativos.

La corriente de análisis sobre desinformación más extendida se ha fijado tradicionalmente en los mensajes, las teorías de conspiración, los grupos de interés y los emisores de dichos contenidos, y el impacto en la ciudadanía. Como prueba de ello, hace un año esta revista lanzaba el monográfico “¿Crisis de la mediación? Periodismo, política y ciudadanía ante la desinformación”, coordinado por colegas de la Universidad de Valencia. Resulta por tanto pertinente y necesario complementar esa tendencia contemplando la perspectiva profesional, reflejando su mirada experta, con aproximaciones actuales cuantitativas, cualitativas y teóricas que supongan un avance de conocimiento, y esos son los objetivos que han acompañado a este número cuyas bases se sentaron durante la celebración de IX European Communication Conference (ECREA) en Aarhus (Dinamarca, 2022).

Los editores invitados de esta monografía agradecemos a los 76 investigadores participantes la apuesta realizada por esta llamada y su compromiso presente y futuro con el binomio desinformación-inteligencia artificial. Tras un complejo proceso de revisión, quince artículos han sido seleccionados para componer un ejemplar innovador, abierto, accesible, integrador,

<sup>1</sup> Universidad de Málaga (España)  
E-mail: [bellapalomo@uma.es](mailto:bellapalomo@uma.es)

<sup>2</sup> Nanyang Technological University (Singapur)  
E-mail: [edson@ntu.edu.sg](mailto:edson@ntu.edu.sg)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pernambuco (Brasil)  
E-mail: [rodrigo.escunha@ufpe.br](mailto:rodrigo.escunha@ufpe.br)

equilibrado desde la perspectiva de género y con sello internacional, ya que se nutre de investigaciones procedentes de Brasil, Chile, China, España, India, México, Reino Unido y Singapur.

La revisión sistemática de la literatura sobre la relación entre la inteligencia artificial, el periodismo y la desinformación en China desarrollada por Barredo, Jamil y de la Garza inaugura este número original y ambicioso, donde queda patente que la creatividad no está reñida con la investigación. Así Tandoc y Seet recurren a un enfoque lúdico al rescatar la teoría de la inoculación para vacunar a la población joven contra la desinformación apoyándose en los juegos serios. En una línea similar, Elizabeth Saad y Márcio Carneiro experimentan con ChatGPT para demostrar la vulnerabilidad de la herramienta y reforzar la legitimidad del periodista. Por otra parte, Magdalena Saldaña y Marcelo Santos acuden a las audiencias para entender cómo afecta su formación, su ideología política y el uso de medios alternativos al comportamiento verificador del usuario chileno, observando un patrón activo especialmente entre quienes poseen educación superior y se alinean con el segmento de la izquierda.

La percepción de los profesionales ha constituido una de las líneas prioritarias de la llamada de artículos, y ha sido abordada en seis de los artículos seleccionados mediante técnicas cuantitativas y cualitativas. Adi-tya Sinha, Ranjeet Kumar, Ramanuj Vishwakarma y Debabrata Basu explican el compromiso de 309 periodistas de medios impresos, youtubers y blogueros para combatir la desinformación en la India, y qué apoyo observan procedente de los avances tecnológicos. En España, Mayoral, Parrat y Mera afirman que el 60 por ciento de los medios ha integrado la IA en alguna de sus rutinas, y presentan una evolución de la opinión positiva en las redacciones. Simón Peña, Urko Peña y Mainer Eizmendi obtienen resultados menos optimistas, donde predomina la cautela centrándose en la opinión difundida por más de un centenar de periodistas en Twitter sobre la inteligencia artificial y su relación con la desinformación. Dentro de este bloque también destaca la visión especializada de los responsables de comunicación corporativa y las relaciones públicas y las escasas estrategias que poseen para anticipar y neutralizar ataques, investigación firmada por Rodríguez-Fernández y Establés.

La implantación de nuevos roles y su impacto en la actividad empleadora mediante el análisis de las ofertas de empleo y las entrevistas a responsables de innovación y tecnología de una decena de radiotelevisiónes públicas europeas permite detectar a Fieiras, Ufarte y Vaz la existencia de perfiles y aptitudes prioritarias en las nuevas contrataciones. Finalmente, Subiela-Hernández, Gómez-Company y Vizcaíno-Laorga analizan un estudio de caso, aproximándonos a las fortalezas y debilidades detectadas por usuarios de la plataforma MediaVerse, que aplica blockchain, smart contacts e IA.

El mensaje mantiene también su liderazgo como objeto de estudio, y resulta relevante el análisis de la agenda mediática para diagnosticar cómo ha evolucionado el tratamiento otorgado a la desinformación

en la prensa española, como proponen Cea, Fernández y Teruel, y cuyo escenario se complementa con el novedoso enfoque audiovisual de Blanco, Martín y Sedano, centrado en el caso de TVE. En ambas investigaciones se aporta una detallada metodología que puede facilitar su aplicación en otros medios. María Lamuedra y Lucía Ballesteros recurren también al análisis de contenido de las verificaciones publicadas en *Objetif Desinfox* durante las elecciones presidenciales francesas y sugieren mejoras en la redacción de las piezas. En el mismo ámbito se ubica el trabajo de Palacios, Bonete y Gelado, quienes afirman que la mayoría de las cuentas de influencers políticos generan contenidos desinformativos.

Santiago Tejedor y Belén Sancho ponen el broche final a este número mapeando a un centenar de fact-checkers, herramientas y proyectos para conocer cómo se apoyan en la inteligencia artificial y cómo promueven la alfabetización mediática.

Este número no es un punto y final en la línea de investigación planteada, y aspira despertar nuevos interrogantes vinculados con la forma de ver la información, su gestión, el desarrollo de una formación especializada o cómo la inteligencia artificial puede facilitar la accesibilidad de los datos para combatir la desinformación (Cunha, 2022). Reducir la brecha entre periodistas e ingenieros constituirá un punto clave para intercambiar conocimientos, promover un mejor periodismo interdisciplinar y formas más efectivas de contar una historia.

Debemos ser conscientes de que, aunque hemos avanzado en su análisis, el problema de las noticias falsas persiste e incluso podría empeorar al disminuir significativamente las barreras para el uso de la inteligencia artificial generativa, lo que permite a cualquier persona con acceso a Internet manipular imágenes, grabaciones de audio y vídeos, o incluso generar contenido visual y sonoro de apariencia real desde cero. La IA está redefiniendo los cánones de la investigación ortodoxa y el ejercicio periodístico, por lo que estamos convencidos de que estos contenidos serán un referente para estudios futuros y contribuirán a la continuidad del debate. Lo que este extenso cuerpo de investigación nos indica es que todavía hay muchos factores y procesos que no comprendemos completamente y que requieren una asimilación y una maduración para predecir tendencias.

El desafío está ante nosotros, y exige un esfuerzo coordinado, lo que significa que debemos continuar diversificando la investigación en esta área, estimulando y buscando investigaciones más allá de los contextos occidentales.

La publicación de este monográfico coincide con el reciente fallecimiento de Mario Tascón, quien iluminó el camino del periodismo digital y apadrinó a numerosos profesionales del sector. Comprometido con la innovación, la inteligencia artificial en las redacciones cautivó su interés y fue una de sus inquietudes más visibles en los últimos tiempos, motivo por el que le rendimos homenaje a este maestro de maestros dedicando a su memoria este número especial.

## Referencias bibliográficas

- Cea, N., & Palomo, B. (2021). "Disinformation matters. Analyzing the academic production. En G. López-García, D. Palau-Sampio, B. Palomo, E. Campos-Domínguez, & P. Masip (Eds.), *Politics of Disinformation: The Influence of Fake News on Public Sphere*. John Wiley & Sons.
- Cunha, R. (2022). Ver, oír, tocar y oler los datos: hacia una visualización de datos inclusiva. *Telos*, 121, 22–25.
- Hartley, J. M., Petre, C., Bengtsson, M. & Kammer, A. (2023). Autonomies and Dependencies: Shifting Configurations of Power in the Platformization of News. *Digital Journalism*, 11(8), 1375-1390. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2257759>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C.T., Eddy, K., & Nielsen, R.K. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute for the study of Journalism. <https://tinyurl.com/fm8j3n5e>
- Palomo, B., Masip, P., & Heravi, B. (2022). Horizon 2030 in Journalism. A predictable future starring by IA?. En J. Vázquez-Herrero et al. (Eds.), *Total Journalism*, Studies in Big Data 97, 271-285. Springer.
- Tandoc, E. C., & Kim, H. K. (2023). Avoiding real news, believing in fake news? Investigating pathways from information overload to misbelief. *Journalism*, 24(6), 1174-1192. <https://doi.org/10.1177/14648849221090744>

**Bella Palomo.** Catedrática del Departamento de Periodismo en la Universidad de Málaga (España). Palomo ha centrado su investigación en el periodismo digital, las rutinas profesionales, las redes sociales y las audiencias activas durante las últimas dos décadas. Ha sido investigadora visitante en las Universidades de Washington, Rutgers, Miami (EE. UU.) y Federal de Bahía (Brasil). Además, es miembro del consejo editorial de varias revistas (*Digital Journalism*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Dígitos*, *Hipertexto*) y fundadora de [DisinformationResearch.com](http://DisinformationResearch.com), web cuyo objetivo es aumentar la visibilidad de la investigación especializada sobre el desorden informativo. Lidera el grupo de investigación MEDIO (Media & Data Innovation Observatory) y el proyecto nacional 'El impacto de la desinformación en el Periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias'. Co-editora del libro *Politics of Disinformation* (Wiley, 2021), y miembro de diversos comités de evaluación nacionales e internacionales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2228-5716>

**Edson C. Tandoc Jr.** Profesor titular y vicedecano de Investigación en la Escuela Wee Kim Wee de Comunicación e Información de la Universidad Tecnológica de Nanyang en Singapur, donde es Director del Centro de Integridad de la Información e Internet (IN-cube). También es editor de dos revistas científicas: *Digital Journalism* y *Human Communication Research*, y Vicepresidente de la sección de Estudios de Periodismo de la International Communication Association (ICA). Es autor de *Analyzing Analytics: Disrupting Journalism One Click at a Time* (Routledge, 2019) y coeditor de *Critical Incidents in Journalism: Pivotal Moments Reshaping Journalism around the World* (Routledge, 2020). Sus estudios se han centrado en el impacto de los roles periodísticos, las nuevas tecnologías y la retroalimentación de la audiencia en el proceso de control de acceso a las noticias. También ha examinado cómo los lectores entienden los incidentes críticos en el periodismo y participan en la reconsideración de las normas periodísticas; y cómo los cambios en los patrones de consumo de información facilitan la propagación de noticias falsas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8740-9313>

**Rodrigo Cunha.** Profesor del Departamento de Periodismo y del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Pernambuco (UFPE), Brasil. Doctor en Comunicación y Cultura Contemporánea por la Universidad Federal de Bahía (UFPE). Es líder del Grupo de Investigación Interdisciplinario en Diseño de Información Periodística (GRID), con investigadores de las áreas de Periodismo, Diseño, Ciencias de la Información e Ingeniería Informática. Autor de los libros *Design da Informação e Inovação* (LabCom-IFP, 2017) e *Interfaces Contemporâneas no Ecossistema Midiático* (RIA Editorial, 2020). Trabajó en el equipo de diseño, visualización e inteligencia artificial del proyecto brasileño Laboratorio de Periodismo Convergente (CNPq/CAPES/FAPESB, 2011-2016). En el curso 2022-2023 fue investigador visitante en la Universidad de Málaga con el proyecto DATOUCH, para el desarrollo de un protocolo de accesibilidad que permita la visualización del periodismo de datos a personas con discapacidad visual. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6573-9111>