



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA POR
LOS PERIODISTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN**

AUTOR(A):

CHÁVEZ ROMERO ANA MARÍA

TUTOR(A):

LCDO. GONZALO VERA VERA, MGTR.

ESPECIALISTA:

LIC. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA POR
LOS PERIODISTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTOR(A):

CHÁVEZ ROMERO ANA MARÍA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUB-LÍNEA

MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL
DESARROLLO SOCIAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	III
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE CUADROS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTOS	IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	V
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	V
RESUMEN	VI
INTRODUCCION	VIII
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	2
1.2.1. Preguntas de investigación.....	3
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.5. HIPÓTESIS.....	5
1.6. VARIABLES	5
1.6.1. Independiente: Herramientas de Inteligencia Artificial.	5
1.6.2. Dependiente: Tratamiento de la Información Periodística.....	6
2. MARCO TEÓRICO 2.1 Conocimiento actual.....	8
2.2 Fundamentación teórica y Conceptual.	12
2.3. Marco Legal	19
3. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1. Enfoque de la investigación.....	29
3.2. Tipo de investigación.	29
3.2.1. Investigación aplicada (descriptiva- exploratoria).....	29
3.3. Diseño de la investigación.	29
3.4. Alcance de la investigación.....	30
3.5. Operacionalización de las variables.	31
3.6. Población, muestra y periodo de estudio.	34
3.6.1. Población.....	34
3.6.2. Muestra	34
3.6.3. Periodo de estudio.....	34
3.7. Técnicas e instrumentos de levamiento de información.	35
3.7.1. Entrevista	35

3.7.2. Encuesta	35
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	36
4.1. Análisis cuantitativo: Encuestas.....	37
4.2. Análisis Cualitativo: Entrevistas.....	45
4.3. Análisis e interpretación de la entrevista.	48
5. DISCUSIÓN	50
5.1. Discusión de resultado de la encuesta:.....	50
5.2. Discusión de resultado de las entrevistas:.....	51
6. CONCLUSIONES	53
7. RECOMENDACIONES	54
8. REFERENCIAS	55
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	38
Tabla 2.	39
Tabla 3.	40
Tabla 4.	41
Tabla 5.	42
Tabla 6.	43
Tabla 7.	44
Tabla 8.	45

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. <i>Operacionalización de las variables</i>	32
Cuadro 2. <i>Instrumento de entrevista</i>	46
Cuadro 3. <i>Instrumento de entrevista</i>	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	38
Figura 2.	39
Figura 3.	40
Figura 4.	41
Figura 5.	42
Figura 6.	43
Figura 7.	44
Figura 8.	45

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lic. Vilma Maribel García González, Mgtr.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lic. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.

**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Introduce el texto aquí

Ana María Chávez Romero

ESTUDIANTE

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **CHÁVEZ ROMERO ANA MARÍA** con C.I. 1724883465, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS PERIODISTAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, junio, 2025.

Atentamente,



CHÁVEZ ROMERO ANA MARÍA
C.I. 1724883465

DEDICATORIA

Dedico este logro, en primer lugar, a Jehová Dios, quien ha sido mi guía constante en cada paso de este camino, a Él le debo la sabiduría, la fortaleza y el consuelo que me permitieron preservar incluso en los momentos más difíciles. Toda la gloria y la honra le pertenecen porque sin su dirección nada de esto habría sido posible.

En segundo lugar, dedico este trabajo a mis padres, Juan Conde y Carmen Calero, quienes, a pesar de su edad avanzada, asumieron con amor y valentía el reto de criarme, siempre me alentaron a perseguir mis sueños y mantenerme firme en el camino del bien. Este triunfo es también de Uds.

A mi esposo, Daniel Gutiérrez, mi compañero de vida, gracias por no soltar mi mano en ningún momento, tu apoyo incondicional, emocional y económico han sido esenciales para alcanzar esta meta. Siempre creíste en mí.

Y, finalmente, a mi mayor inspiración y motor de mi vida, Luciana Camila Gutiérrez Chávez, todo esto es por ti, eres la razón diaria para que yo pueda seguir adelante, para crecer, para superarme y es por eso que este logro lleva tu nombre en lo más profundo de mi corazón.

Chávez Romero Ana María



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Jehová Dios, por concederme el regalo de la vida, por ser mi faro, mi guía y mi fuerza a lo largo de estos años de estudio, tu amor infinito me sostiene en cada momento de dificultad y me da la luz necesaria para avanzar con fe y determinación.

Agradezco desde lo más profundo de mi corazón a mis padres, Juan Conde y Carmen Calero, por ser mi apoyo incondicional en todo momento, con solo una llamada lograban motivarme, reconfortarme y recordarme que rendirse nunca es una opción. Gracias por enseñarme a ser fuerte y perseverar hasta alcanzar esta meta.

A mi esposo, Daniel Gutiérrez, el amor de mi vida, y a mi hija, Luciana Gutiérrez, mi motor; gracias por acompañarme con tanto amor, comprensión y paciencia, su apoyo emocional y práctico, desde ayudarme con mis tareas hasta brindarme tiempo y espacio para cumplir con mis obligaciones académicas, fue esencial para lograrlo.

Agradezco también a mi otra familia, la que la vida y Jehová pusieron en mi camino: Mariano Gutiérrez y Margot Quirumbay, mis suegros, por siempre creer en mí, apoyarme y ayudarme en todo, desde grabar mis deberes hasta cuidar a mi hija cuando más lo necesitaba. También quiero agradecer a, Elizabeth Quirumbay, mi tía política, gracias infinitas por la ayuda que siempre me ha brindado.

A mis entrañables amigos que la universidad me dio, Gloria, Heidy, Niurka y Davide, gracias por hacer de este camino uno más alegre, llevadero y compartido.

A mis amigas de toda la vida, aunque la distancia nos separe, Camila, Melina, Georgia y Lena, gracias por su amor incondicional, siempre han creído en mí y me han acompañado con su cariño, aun a la distancia, las llevo conmigo en mi mente y corazón.

A mis docentes que trascendieron del aula para convertirse en mis amigos, especialmente al Magíster Gerzon Cochea y al Magíster Xavier Echeverría, gracias por sus enseñanzas.

Finalmente, a mi tutor de este proyecto de investigación, el Magíster Gonzalo Javier Vera, gracias por compartir generosamente sus conocimientos, por su paciencia y por acompañarme estos meses con compromiso, su orientación fue clave para culminarlo con éxito.

Chávez Romero Ana María



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 24 de junio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante ANA MARÍA CHÁVEZ ROMERO con cédula de identidad No. 1724883465, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA POR LOS PERIODISTAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA ”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,



Gonzalo Javier Vera
Vera



**Lic. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr
DOCENTE TUTOR**

Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas de la provincia de Santa Elena.

Chávez Romero Ana María

<https://orcid.org/0000-0003-2631-625X>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

RESUMEN

El presente proyecto de investigación analiza el impacto del uso de herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas de la provincia de Santa Elena. Su variable independiente se refiere al uso de herramientas de inteligencia artificial, mientras que la variable dependiente abarca el tratamiento informativo que realizan los periodistas, considerando aspectos como la credibilidad, objetividad y claridad informativa de contenido generado. El objetivo general fue determinar cómo incide el uso de estas herramientas tecnológicas en la redacción de noticias, y su relación con la percepción que tiene la audiencia sobre la calidad informativa en la provincia de Santa Elena. La metodología empleada fue de enfoque mixto, con un diseño no experimental, en donde se aplicaron encuestas y entrevistas a periodistas, esto permitió obtener una visión integral sobre el nivel de uso de estas tecnologías y sus implicaciones éticas y profesionales.

Entre los resultados se identificó que, aunque el uso de la IA en el periodismo local aún es limitado, existe una percepción positiva respecto a su potencial para optimizar tareas como la redacción y verificación de datos. Sin embargo, también se evidenció preocupación por la pérdida de credibilidad y el posible sesgo de los contenidos automatizados. Se concluye que, si bien la IA puede ser una aliada estratégica en el ejercicio periodístico, su implementación requiere formación ética, supervisión humana y regulación adecuada para no comprometer los valores fundamentales del periodismo.

Palabras Clave: *Periodismo, Inteligencia Artificial, Credibilidad, Automatización, Noticias.*

Use of Artificial Intelligence Tools for Information Processing by Journalists in the Province of Santa Elena.

ABSTRACT

This research project analyzes the impact of using artificial intelligence tools in the processing of information by journalists in the province of Santa Elena. Its independent variable refers to the use of artificial intelligence tools, while the dependent variable encompasses the way journalists handle information, considering aspects such as credibility, objectivity, and informational clarity of the generated content. The general objective was to determine how the use of these technological tools affects news writing and its relationship with audience perceptions regarding the quality of information in the province of Santa Elena. The methodology applied was a mixed-method approach with a non-experimental design, using surveys and interviews with journalists. This allowed for a comprehensive view of the level of use of these technologies and their ethical and professional implications. Among the results, it was identified that although the use of AI in local journalism is still limited, there is a positive perception of its potential to optimize tasks such as writing and fact-checking. However, concerns were also expressed regarding the loss of credibility and potential bias in automated content. It is concluded that, although AI can be a strategic ally in journalistic work, its implementation requires ethical training, human supervision, and adequate regulation to avoid compromising the fundamental values of journalism.

Keywords *Journalism, Artificial Intelligence, Credibility, Automation, News.*

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en analizar el impacto del uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) en el tratamiento de la información periodística en la provincia de Santa Elena. En un entorno donde los medios de comunicación adoptan cada vez más tecnologías emergentes, la inteligencia artificial se presenta como una aliada potencial en tareas como la redacción, verificación y difusión de noticias. Estas nuevas tecnologías están transformando la manera de recolectar, procesar y difundir noticias, lo cual genera desafíos éticos, profesionales y comunicacionales, especialmente en lo relacionado con la credibilidad, objetividad y claridad informativa que demanda el ejercicio periodístico en la era digital.

Este estudio tiene como objetivo general determinar el impacto del uso de herramientas de inteligencia artificial en la redacción de noticias por parte de periodistas de la provincia de Santa Elena, y su relación con la credibilidad y objetividad de la información periodística. Para alcanzar este objetivo, se aplicó una metodología de enfoque mixto, con un diseño no experimental, en donde se utilizó encuestas dirigidas a lectores digitales para recolectar datos cuantitativos sobre la percepción del contenido informativo generado con apoyo de inteligencia artificial y, además, se realizaron entrevistas a profesionales periodísticos y académicos, con el propósito de obtener una visión cualitativa sobre el uso de estas herramientas en el ejercicio informativo.

En el **Capítulo I** se planteó el problema de investigación, en donde se contextualiza el impacto que tiene las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo, por tanto, se formula la pregunta principal y se establecen los objetivos, hipótesis y variables de estudio, también se justifica la pertinencia de abordar este tema en el entorno local de la provincia de Santa Elena.

El **Capítulo II** se desarrolla el marco teórico, en donde se expone el conocimiento actual sobre el uso de inteligencia artificial en el periodismo, los tipos de herramientas existentes, sus aplicaciones prácticas y los debates éticos que rodean a esta tecnología emergente. También se presentan las dimensiones que son claves en este estudio, como lo es la percepción de la credibilidad, objetividad, transparencia y claridad informativa, en la cual se incluye el marco legal nacional e internacional que es el soporte legal de esta investigación.

En el **Capítulo III** se desarrolla el marco metodológico en donde se describe de forma más detallada el enfoque, tipo, diseño y alcance de esta investigación, así como el proceso de

operacionalización de las dos variables de estudio, también explica la población, muestra y los instrumentos utilizados para la recolección de datos.

En el **Capítulo IV** se presenta el análisis de los resultados, en donde se interpretan los datos obtenidos a partir de encuestas y entrevistas, estableciendo las relaciones entre el uso de la inteligencia artificial y las percepciones de credibilidad en las noticias que son generadas por estas herramientas. Con este análisis se busca validar la hipótesis que se plantea y en base a esto dar las recomendaciones correspondientes a los hallazgos realizados.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El periodismo, en la era de la digitalización, ha experimentado una transformación profunda, especialmente en la forma de recolectar, procesar y difundir la información. En este contexto, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial (IA) ha modificado los métodos tradicionales de trabajo periodístico, simplificando tareas como la verificación de datos, la redacción de textos informativos y la personalización del contenido según el perfil de las audiencias. Silvestre y León (2023), desde una perspectiva teórica, señalan que “el uso de IA generativa, como ChatGPT, puede facilitar las actividades diarias”, aunque también advierten sobre “los posibles usos malintencionados que podrían surgir” (p. 45). De forma complementaria, Otero (2022), también desde un enfoque teórico, destaca que “la IA no se limita a la automatización repetitiva, sino que su intervención se integra en diversas áreas del trabajo periodístico” (p. 23). En este sentido, se infiere que la inteligencia artificial representa tanto una oportunidad para optimizar las labores informativas como un reto que exige regulación, ética profesional y una reflexión crítica sobre sus usos dentro del ecosistema mediático.

A nivel nacional, existen investigaciones que profundizan en el uso de IA en el periodismo, pero se observa que la hibridación de los medios y el auge de las redes sociales han influido en el crecimiento de los medios digitales, esta variación es una respuesta a una lógica global de cambios de hábitos de las audiencias en el consumo informativo, así lo señalan Coronel Suárez et al. (2023) al decir “Internet ha evolucionado este sector: ser parte de la Red se ha convertido en una necesidad [...] es la propia audiencia la que determinara qué le interesa consumir, cómo quiere recibir la información y cuando” (p. 276), por eso se concluye que el ecosistema digital ha empoderado de cierta forma al lector, al tiempo que ha modificado la producción y la propagación de contenidos, sean estos reales o no.

El incremento en la dependencia de herramientas de inteligencia artificial para la generación y difusión de noticias plantea interrogantes sobre la posible deshumanización de la información, la precisión de los contenidos generados por IA y el papel de los periodistas en un entorno mediático cada vez más automatizado.

En el ámbito local se ha comenzado a implementar el uso de estas herramientas de inteligencia artificial, pero en el ámbito educativo, en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, hay un estudio hecho a los estudiantes de la carrera de comunicación, en la cual se ha explorado el uso de la IA como parte de la formación académica, en donde Santamaría Romero et al. (2025) mencionan que "la incorporación de tecnologías basadas en IA representa una oportunidad única para mejorar tanto procesos de enseñanza como el desarrollo de competencias comunicativas" (p. 144), dando como resultado que las herramientas de inteligencia artificial ya forman parte del ecosistema formativo local, lo cual refuerza la pertinencia de investigar el impacto en el área periodística de la provincia.

En este contexto, surge la necesidad de investigar si los periodistas de la provincia de Santa Elena están incorporando el uso de herramientas de inteligencia artificial en la gestión de la información periodística, sus percepciones sobre estas tecnologías y su impacto en la labor diaria, por ello también es esencial examinar las implicaciones éticas y profesionales del uso de la inteligencia artificial en el periodismo local, así como los beneficios y riesgos que esta tecnología representa para la creación y difusión de noticias en la provincia.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

La pregunta central de esta investigación es: ¿Cómo incide el uso de herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información periodística en la provincia de Santa Elena, y qué efectos tiene sobre la credibilidad y la objetividad de las noticias? Teniendo en cuenta que Lopezosa (2023) mencionó que, "La inteligencia artificial (IA) ya forma parte de las estrategias de producción de noticias en algunos medios de comunicación. Además, recientemente sistemas conversacionales como ChatGPT y otros han mostrado su capacidad para aumentar la productividad en la producción de contenidos."

La aplicación de la Inteligencia Artificial en el periodismo podría estar cambiando la función de los periodistas en Santa Elena, reubicando labores humanas fundamentales y modificando la dinámica en la generación de noticias. Calvo y Ufarte (2019) mencionaron que "El 88% de los periodistas considera que la IA ofrece ventajas para la profesión y un 80% opina que ayudará en muchas tareas, en una línea similar se

encuentra la percepción de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Audiovisual: el 95% está convencido de que los robots colaborarán en la redacción, aportando ventajas al periodista (74%).”

El estudio tiene como objetivo detectar los posibles conflictos entre la eficacia que brinda la automatización y la exigencia de preservar el control editorial, asegurando la imparcialidad y autenticidad de la información, así se tratará el impacto de la automatización no solo en el contenido, sino también en la obligación ética y profesional de los periodistas en la provincia.

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cómo influye el uso de herramienta de inteligencia artificial en la redacción de noticias por parte de los periodistas de la provincia de Santa Elena y de qué manera afecta la credibilidad y la objetividad de la información que se genera?
- ¿Cuántos periodistas en la provincia de Santa Elena están utilizando actualmente herramientas de inteligencia artificial para redactar o editar noticias?
- ¿Cuáles son las principales herramientas de inteligencia artificial que emplean los periodistas en la provincia de Santa Elena?
- ¿Cómo percibe la audiencia local la credibilidad de las noticias generadas con ayuda de las herramientas de inteligencia artificial?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Determinar el impacto del uso de herramientas de inteligencia artificial en la redacción de noticias por parte de periodistas de la provincia de Santa Elena, y su relación con la credibilidad y objetividad de la información periodística.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar la percepción de los lectores digitales sobre la credibilidad y objetividad de las noticias generadas con el apoyo de herramientas de inteligencia artificial.

2. Explorar las opiniones de profesionales periodísticos y académicos respecto al impacto ético y profesional del uso de inteligencia artificial en la producción informativa.
3. Evaluar la percepción de la audiencia local sobre la credibilidad de las noticias elaboradas con apoyo de inteligencia artificial.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

En un entorno donde el periodismo está constantemente cambiando, debido a los avances en la tecnología, es elemental investigar cómo se está incorporando las herramientas de inteligencia artificial en el ejercicio informativo, en este proceso no solo impacta a nivel profesional, sino también a nivel académico. Por ende, Gómez (2022) concuerda “Aun siendo escasas las iniciativas investigadoras y docentes disponibles, estas aportan vías para introducir la inteligencia artificial en los planes de estudio de grado y de másteres en periodismo y en comunicación, desde una perspectiva crítica que, atendiendo a lo que realizan los medios, asuma los retos formativos derivados del uso y de la extensión de esta tecnología.”

Dado que el periodismo es un componente vital de la opinión pública y la democracia, es necesario estudiar su impacto a nivel local en relación con la Inteligencia Artificial, por ello en esta investigación es necesaria porque permitirá comprender las percepciones y opiniones de los periodistas locales en Santa Elena sobre este tipo de tecnología y determinar si la automatización cumple con la ética y los valores profesionales. Asimismo, este estudio ayudará a identificar el impacto positivo y negativo de los avances tecnológicos en la credibilidad de las historias, lo que permite basarse en esta evidencia para discutir sobre la importancia de la tecnología frente a la responsabilidad en la era digital. Toural-Bran y Vizoso (2021) aludieron que: “Es importante que los profesionales del periodismo comprendan la necesidad de no quedarse anclados en el pasado convirtiéndose en agentes obsoletos de un sistema social necesitado de referentes.”

Investigación pionera que aporta a la discusión sobre variables clave como la credibilidad, la objetividad y la ética periodística en el uso de inteligencia artificial, en este análisis se constituye un avance en el estudio local de una realidad mundial, facilitando la creación de un espacio para la reflexión crítica sobre la evolución del periodismo en la provincia de Santa Elena. Al reconocer las visiones de los participantes y el verdadero efecto

de estas tecnologías, se produce información pertinente para el sector académico y profesional, estableciendo los cimientos para investigaciones futuras en el área de la comunicación digital.

1.5. HIPÓTESIS

Se espera con esta investigación conocer si el uso de herramientas de inteligencia artificial en la redacción de noticias influye en la percepción de credibilidad y objetividad del contenido informativo por parte de las audiencias, generando tanto aceptación como cuestionamientos éticos y profesionales en el ejercicio periodístico en la provincia de Santa Elena

1.6. VARIABLES

1.6.1. Independiente: Herramientas de inteligencia artificial.

En nuestros días, las herramientas de inteligencia artificial se han logrado posicionar como una de las tecnologías más predominantes en múltiples campos, debido a su gran capacidad para hacer tareas que antes requerían intervención humana y demasiado tiempo. La IA ha sido diseñada para imitar funciones cognitivas propias de las personas, proporcionando procesos complejos de análisis, interpretación y toma de decisiones. Según Decker et al. (2022) indica que “son sistemas informáticos capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana”, en esta definición exhorta que estas herramientas tienen como propósito optimizar funciones humanas mediante estos algoritmos avanzados, por ello es importante comprender la magnitud y aplicación de estas herramientas de inteligencia artificial que es clave en investigaciones como esta, donde se busca examinar como inciden en la producción de contenidos periodísticos y el uso profesional de esta.

Las herramientas de inteligencia artificial son un apoyo para confrontar retos complejos y optimizar los procesos en varias disciplinas, ante esto Sarzosa (2024) dice “la inteligencia artificial(...) ha emergido como una herramienta indispensable para abordar desafíos complejos” por lo tanto estas nuevas tecnologías no solo contribuyen en ambientes de especializaciones como arquitectura, informática o diseño, sino que también en entornos comunicativos, al sintetizar funciones de cognitivas que antes se requería solo de intervención humana. En contraste también el Gobierno de España (2023) manifiesta que “la inteligencia artificial es un campo de la informática que se enfoca en crear sistemas que puedan realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción”; por eso estas dos decisiones consolidan que las herramientas de inteligencia

artificial no es solo un avance tecnológico emergente, sino una gran innovación transversal que está cambiando la forma de trabajar, redactar contenidos y generar ideas.

Es visible notar que la tecnología ha transformado la manera de ver y hacer periodismo y las herramientas de inteligencia artificial están empezando a formar parte del trabajo periodístico, no para sustituirlos, sino para facilitar tareas como son la redacción, verificación de datos y el análisis de la información. Así lo menciona Illescas Reinoso et al. (2025) refiriéndose a las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo “automatiza tareas periodísticas, optimiza flujos de trabajo y redefine la generación de contenido mediante algoritmos avanzados”. Es así como la IA ha pasado a ser una parte clave para el proceso informativo.

De igual manera, Segarra et al. (2019) mencionan que “la automatización de las labores de documentación y elaboración de noticias es posible gracias a la inteligencia artificial”, lo que hace que estas herramientas agilicen la producción de noticias, en manera especial a los medios digitales.

Resulta claro que los expertos en comunicación están comenzando a recurrir a tecnologías novedosas para simplificar su trabajo informativo y una de las más destacadas es la implementación de instrumentos de inteligencia artificial, que facilitan la automatización de procesos tales como la escritura, modificación, comprobación de datos y estudio de contenido, estas herramientas no sustituyen al periodista, pero sí alteran su método de trabajo y producen nuevas dinámicas en los espacios de redacción.

1.6.2 Dependiente: Tratamiento de la información periodística.

El tratamiento de la información en el contexto periodístico no se trata tan solo de contar los hechos, sino de cómo se organizan y presentan a las audiencias, de manera clara y ética. Un significado que menciona Soengas-Pérez et al. (2018) “es el proceso de redacción y construcción noticiosa sobre acontecimientos caracterizado por estar alejado del sensacionalismo y de intereses particulares”, en esta aclaración evidencia la responsabilidad social y ética es fundamental para que se pueda garantizar que el hecho noticioso que se va a transmitir sea sin distorsiones y sin sesgos.

En el tratamiento de la información periodística abarca más que redactar o narrar hechos noticiosos, es seleccionar, procesar y presentar hechos para así garantizar la veracidad y credibilidad que tengan, según González (2024) dice “el tratamiento informativo se puede

definir como el procesamiento de una serie de parámetros que incluyen cifras, hechos, fuentes, datos y géneros periodísticos”, en la misma línea, García y Zepeda (2021) mencionan que “es importante atender los reportes ciudadanos, pero es necesario que desde la ética y el periodismo profesional se trabaje en la verificación”, recalcando la responsabilidad ética que se tiene en el periodismo, reflejando una visión técnica y estructurada de todo el proceso comunicativo, por tanto, esta urgencia se vuelve más crítica al incorporar inteligencia artificial en la labor periodística, como sostiene Quimis (2024), “la integración ética y equilibrada de la IA en el periodismo puede potenciar la claridad informativa y reforzar la confianza del público” consolidando así el papel que tiene la tecnología como principal aliada en la credibilidad y eficacia del trabajo periodístico.

El dar a conocer un hecho noticioso abarca mucho más que redactar una noticia, es un proceso completo en el que el comunicador selecciona una noticia y procede a analizarla para así presentar los hechos en base a sus criterios de veracidad, este proceso se vuelve aún más delicado cuando se incorporan tecnologías como la inteligencia artificial, ya que surge el desafío de mantener la calidad y la objetividad del contenido generado, Ortega (2022) define este concepto como “el proceso mediante el cual los periodistas seleccionan, organiza, interpretan y presentan los hechos noticiosos, considerando criterios de relevancia, veracidad, objetividad y ética profesional.

Por la sobrecarga de información que existe hoy en día es importante mantener un tratamiento de información responsable, por ende, García y Zepeda (2021) señalan que “es imprescindible aprovechar las herramientas digitales con un uso ético y profesional”, haciendo énfasis en la responsabilidad de los periodistas de garantizar la veracidad de las noticias, en una era en donde existe demasiada desinformación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Conocimiento actual.

La inteligencia artificial (IA) ha transformado numerosos sectores, incluyendo el periodismo, donde se ha adoptado para optimizar el tratamiento de la información, automatizar tareas y mejorar la eficiencia en la producción de contenido, por eso esta investigación aborda la relación entre la automatización y el periodismo, explorando el impacto en la credibilidad, la objetividad y las percepciones del público.

Inteligencia artificial y periodismo

La inteligencia artificial está cambiando el trabajo periodístico en múltiples aspectos, empezando por la recolección de información hasta la producción de noticias, en varios estudios recientes destacan que las herramientas de inteligencia artificial optimizan la labor periodística, una de estas investigaciones es de Manferdi y Ufarte (2020) en la que concluye que “el fenómeno de la IA acelera el empleo de datos y fuentes para la verificación de declaraciones en tiempo real o en diferido de cifras e informes. En breve, el público no será capaz de distinguir la autoría”, por ello, estos autores subrayan que la inteligencia artificial puede aumentar la calidad periodística cuando se la incorpora de una manera responsable en las rutinas periodísticas.

En los últimos cinco años uno de los avances tecnológicos más significativos, incluyendo en el campo del periodismo, es las herramientas de inteligencia artificial inclinadas a la redacción automatizada de noticias, la verificación de hechos y el personalizar contenido de acuerdo a cada audiencia, una de ellas es ChatGPT que es un modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI el cual permite generar textos a partir de simples instrucciones, en la página web de TechTarget (2025) dice que “ChatGPT es un chatbot de inteligencia artificial basado en procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático, diseñado para conversar con usuarios y generar texto con estructura humana de manera coherente y flexible”.

Estudios recientes evidencian que el uso de IA puede aumentar la eficiencia en redacciones al reducir el tiempo necesario para cubrir noticias de última hora, aunque plantea desafíos relacionados con la pérdida de la perspectiva humana en la narrativa y la falta de sensibilidad cultural y ética en ciertos contextos (Smith 2021).

De Lima y Ceron (2022) aporta que desde hace varios años las herramientas de inteligencia artificial se han comenzado a adoptar de manera más sistemática a los distintos medios de comunicación, aplicándose en áreas como el procesamiento del lenguaje natural y planificación editorial, si bien advierte que el desarrollo de estas nuevas tecnologías aún necesita de las grandes corporaciones, por lo que podría limitar el acceso equitativo a todos sus beneficios.

Impacto de la IA en la redacción de noticias

El impacto de la IA en la redacción de noticias desde la óptica del público se puede dividir en dos componentes principales:

1. **Credibilidad y objetividad:** La credibilidad de la noticia pretende de la percepción que tenga el público sobre la precisión y la narrativa imparcial, algunos estudios como el de López del Castillo y Wilderbeek (2025) sugirió que “el uso de la inteligencia artificial (IA) en la generación de noticias es una realidad que puede poner en peligro la confianza en medios de comunicación” y esta inquietud la complementa lo que dice Bajaan et al. (2025) en donde indican que “aunque la IA promete realizar la tareas de manera más eficiente, su implementación en las redacciones suscita en aspectos éticos que no pueden pasarse por alto, así como límites en el uso de estas tecnologías”, resaltando así la necesidad de que estas prácticas periodísticas sean responsables y fortalezcan la objetividad informativa frente al uso de algoritmos generativos.
2. **Aceptación y uso por periodistas:** La implementación herramientas de inteligencia artificial en la labor periodística, no está exento a cuestionamientos debido a que pese a que existe múltiples ventajas relacionadas con la automatización de información periodísticas, la percepción de los periodistas sobre estas herramientas sigue siendo confusa, por consiguiente, Cools y Diakopoulos (2024) señalan que “si bien los profesionales reconocen que la IA puede acelerar la producción de noticias, también existe preocupación sobre exactitud, credibilidad y calidad del contenido” y a esto también Martínez y Navarro (2025) coincide que el uso de herramientas de inteligencia artificial genera perspectivas positivas en cuanto a la optimización del trabajo periodístico, pero que muchos periodistas reporteros aún tienen reserva frente a la ética de estos algoritmos.

3. Tipos de IA utilizadas en el periodismo

Los tipos de herramientas de inteligencia artificial más usuales utilizados en la redacción de noticias están:

- **Algoritmos de lenguaje natural:** ChatGPT diseñado para redactar artículos, Cools y Diakopoulos (2024) que estos modelos son capaces de elaborar notas periodísticas con fluidez y coherencia, haciendo la redacción más fácil.
- **Sistemas de análisis de datos:** Herramientas como DataRobot, se utiliza para crear informes según los datos producidos en bases de datos grandes. De acuerdo con Center for Media Engagement (2020) donde menciona que estas herramientas potencian el periodismo de datos y automatizan tareas.
- **Motores de personalización:** Plataformas como Wordsmith o Heliograf utilizadas para redactar noticias personalizadas de acuerdo con el perfil objetivo. Martínez y Navarro (2025) recalca que estas aplicaciones han permitido que medios como The Washington Post pueda aumentar sus coberturas en eventos locales, sacando a periodistas de tareas que eran repetitivas.

Percepción del público sobre la credibilidad

La credibilidad proporcionada con respecto a las noticias escritas por IA se percibe a través de numerosos factores, es decir, contexto, transparencia del medio o la cantidad de interacción humana en la edición, según investigaciones como la de Pérez et al (2023), un 60% de los participantes de este estudio dijo que prefería contenido redactado por humanos, mientras que un 25% aseguró que el uso de inteligencia artificial era aceptable si no afectaba la calidad de la información.

Para Thompson et al. (2025) en la investigación *AI- Generated Journalism Falls Short of Audiences Expectations* se analizaron las precepciones de audiencias y periodistas sobre el uso de la IA en la producción de contenido noticioso. La indagación, fue basada en entrevistas a periodistas de Australia, Estados Unidos, Reino Unido Alemania, Noruega, Francia y Suiza; y encuestas a 120 personas que consumían este contenido, revelando que tanto profesionales del periodismo como las audiencias se mostraban preocupados sobre la posibilidad de ser engañados por contenido creado por IA, los resultados mostraron que los periodistas tienen poca preparación para crear y detectar materiales creados por IA, también, la mitad de las

audiencias encuestadas menciono tener sospechas de haber leído contenido redactado por IA sin ellos ser informados antes, por tanto, los investigadores destacan la necesidad de implementar supervisión, políticas de transparencia, normas éticas claras para así preservar la confianza pública en el periodismo.

Una investigación que lleva como tema “*The Adoption of AI in Newsroom: A Case Study in Southeast Asia*” desarrollada por Lee y Wong (2020) en la cual se examinó el impacto que tiene la inteligencia artificial en las redacciones de tres países del sudeste asiático (Malasia, Singapur, Tailandia), la cual tuvo una muestra de 25 medios de comunicación y de 300 periodistas, dio como resultado que aunque el acoger las herramientas de inteligencia artificial redujo costos operativos en un 30%, el 50% de los profesionales del periodismo consideraron que el uso reducía y limitaba su creatividad, por consiguiente los investigadores llegaron a la conclusión que las herramientas de inteligencia artificial es efectiva para las tareas repetitivas, pero no para los reportajes que requieren una narrativa parcial o de investigación.

Desafíos éticos y profesionales.

La Inteligencia artificial ha empezado a generar desafíos éticos y profesionales en cuestión al rol del periodista en medios digitales, en un reciente estudio Quimis (2024) afirma que “la IA ofrece una gama de posibilidades que pueden potenciar significativamente el alcance y la precisión del periodismo, a la vez que plantea desafíos éticos, profesionales y técnicos que requieren un enfoque más equilibrado” (p. 1135). Esto prueba la necesidad que existe de que los medios de comunicación sean estos tradicionales o digitales adopten una postura frente a estas tecnologías para así garantizar la veracidad, responsabilidad social y transparencia en el manejo de noticias generadas por herramientas de inteligencia artificial.

Con todo lo descrito anteriormente, se concluye que el uso de la IA en el periodismo se presenta como un conjunto de oportunidades para aumentar la eficiencia y la cobertura de las noticias, aunque con un conjunto de desafíos éticos y profesionales. El marco teórico propuesto permite analizar cómo impactan estos instrumentos al contexto local de Santa Elena y, a partir de ahí, evaluar la adopción tecnológica por parte de los periodistas y su credibilidad percibida por el público.

2.2 Fundamentación teórica y conceptual.

En el marco teórico conceptual de esta investigación gira alrededor de las seis dimensiones identificadas en la operacionalización de variables:

- Tipos de IA utilizadas.
- Aplicaciones prácticas.
- Frecuencia de uso de las herramientas de inteligencia artificial.
- Nivel de conocimiento en herramientas de inteligencia artificial.
- Impacto en la labor periodística.
- Credibilidad percibida.
- Objetividad en el contenido.
- Transparencia en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.
- Estereotipo del contenido creado con herramientas de inteligencia artificial.
- Claridad informativa.

Mediante estas dimensiones, se puede entender de manera más holística el impacto de las herramientas de IA en la producción de información para el periodismo.

1. Tipos de IA utilizadas

La labor periodística a comenzado a experimentar una transformación significativa impulsada por las nuevas tecnologías como lo es la inteligencia artificial la cual permite automatizar diversas tareas, construir redacciones y presentar noticias, según Gutiérrez-Caneda et al. (2024) dijo que “la integración de la IA está orientando buena parte de los cambios de redacciones. Las posibilidades que ofrece son muy diversas, desde la elaboración de noticias sencillas hasta la exploración de nuevas dimensiones” (p. 2), debido a que mejora la interacción que se tiene con el público y permite desarrollar contenidos desde nuevas perspectivas narrativas.

En materia de lo periodístico, se ha logrado ver que se han implementado múltiples plataformas de IA según las necesidades de automatización que se renga en las redacciones, por ello en la tesis doctoral de Fernández y Chevenet (2024) mencionan que “el diario Washington Post desarrolló su propia tecnología de IA, bautizada como Heliograph” la cual era de su propia autoría y así han redactado más de 800 artículos, también “Forbes, otro actor

importante en el panorama mediático, ha implementado una herramienta llamada Bertie para asistir a sus periodistas en la mejora de sus textos. Bertie utiliza algoritmos de IA para analizar el rendimiento de los artículos y proporcionar sugerencias para optimizar su calidad y relevancia”, dando a notar así que estas herramientas representan diferentes niveles de automatización, que van desde la generación básica de noticias hasta asistir creativamente a los periodistas.

En esta dimensión, es posible destacar la inteligencia artificial, que ha madurado lo suficiente como para automatizar numerosos procesos en el campo del periodismo. En términos conceptuales, se ocupará de diferencias clave entre, por ejemplo, tecnologías generales como GPT y tecnologías específicas de la industria periodística. En última instancia, la relevancia de este trabajo radica en cómo las tecnologías relacionadas crean nuevos flujos de trabajo editoriales y desafíos éticos para los periodistas.

2. Aplicaciones prácticas

Las aplicaciones prácticas de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo abarcan áreas como la redacción de noticias sean estas: de finanzas, deportes o boletines de última hora. La IA no es solo un apoyo técnico también son un motor que potencia la narrativa periodística al lograr convertir el texto en contenido audiovisual, documentarlo, editarlo y sobre todo clasificar grandes volúmenes de datos, esto lo avala Tejedor Calvo et al. (2025) en donde menciona que “la IA se utiliza principalmente para automatizar la recopilación, documentación y producción de la información” (p.5), logrando así consolidarse como una herramienta integral para las redacciones periodísticas.

Por otro lado, el juicio humano sigue siendo insustituible para los reportajes narrativos y el análisis a fondo, por eso en términos conceptuales, esta dimensión se ve reflejada en la compensación del contenido generado: eficiencia y profundidad, debido a que, por un lado, todas las aplicaciones prácticas mencionadas ejemplifican cómo la IA puede ser un complemento, aunque no una alternativa sustitutiva al trabajo humano en el campo del periodismo.

3. Frecuencia de uso de las herramientas de inteligencia artificial.

La frecuencia de uso de herramientas de inteligencia artificial en el periodismo varía según factores como la región, los recursos disponibles y la familiaridad tecnológica de los periodistas, a esto Mateos Abarca (2025) sostiene que “en las salas de redacción, el uso de la IA aumenta cada año” (p.4), lo cual es una evidencia de una incorporación de forma progresiva de estas tecnologías al ambiente periodístico.

Conceptualmente, esta dimensión se relaciona con la aceptación tecnológica y con independer de barreras cultura, económica y de acceso a la educación. El de la frecuencia de utilización también se relaciona con la aceptación dado que puede influir en la percepción pública acerca de la calidad y autenticidad del contenido generado en estas herramientas.

4. Nivel de conocimiento en herramientas de inteligencia artificial.

El desarrollo constante de las herramientas de inteligencia artificial ha traído una transformación la cual es necesaria aplicarla en estudios, competencias y destrezas de los periodistas, por ello Martínez- Martínez (2025) propone que “el conocimiento técnico y practico de los periodistas respecto a la tecnologías emergentes como la inteligencia artificial sigue siendo limitado, lo que en su adopción y uso efectivo”, también Shoai (2024) concuerda y alerta que los sistemas educativos en Latinoamérica aún no están listos y preparados para responder a los retos que imponen estas nuevas tecnologías debido a que ”la velocidad de los cambios está poniendo a prueba la capacidad de los sistemas educativos para ofrecer criterios, habilidades y conocimientos relevantes”, por lo tanto los dos enfoques permiten reflexionar sobre la urgencia de fortalecer la formación académica a futuros profesionales del periodismo en herramientas de inteligencia artificial, debido a que en este tipo de escenario es clave dominar la IA para así mantener estándares éticos y productivos.

Esta dimensión permite identificar cual es el grado de preparación que tienen los periodistas ante el uso de herramientas de inteligencia artificial, debido que este conocimiento es clave para así comprender las oportunidades, barreras y necesidades de capacitación que enfrentan los periodistas, lo cual influye directamente en la ética y credibilidad del tratamiento de la información en el ecosistema periodístico.

5. Impacto en la labor periodística.

El uso de las herramientas de inteligencia artificial en redacciones en el contexto local ha sido catalogado por los periodistas como un factor que incrementa la eficacia del trabajo informativo, por lo tanto, un estudio cualitativo de Palla y Kostarella, (2023), que se realizó en medios locales de Grecia, menciona que “la aplicación de la inteligencia artificial no solo implica un cambio técnico, sino también una transformación en los roles y rutinas profesionales del periodista”, también, González et al. (2025) recalcan que “es fundamental que los periodistas utilicen la IA de manera ética y responsable, verificando la información generada por estas herramientas y mantenido su compromiso con la verdad y la objetividad, elementos clave de la creatividad periodística” (p. 48).

También desde una perspectiva más amplia otros investigadores también resaltan que la inteligencia artificial es una herramienta esencial para así poder mantener ética y eficiencia en redacciones, por esta razón Martínez y Navarro (2025) alega que “se subraya la necesidad de integrar IA de manera crítica y consiente, ya que es indispensable en el trabajo periodístico contemporáneo para asegurar la calidad e integridad del contenido informativo”, por ello De Lara et al. (2022) complementan esta visión debido a que advierten que se debe acoger y adoptar las herramientas de inteligencia artificial: “Su integración pasa por una tarea conjunta entre la redacción, el conocimiento técnico y una correcta estrategia de negocio”, con esta información se puede concluir que los dos estudios sostienen que el impacto de la IA en la labor periodística es una tecnología que exige preparación, reflexión crítica, políticas de uso y también tener claro los códigos y normas deontológicas.

6. Credibilidad percibida

Dentro de la investigación de la credibilidad percibida de noticias generadas por inteligencia artificial, algunos estudios han mostrado diversos elementos como la apariencia visual o la confianza depende de la valoración del mensaje que le den los lectores, a esto Osorio et al. (2024) indicaron que “la apariencia no humana de un avatar no necesariamente disminuye la credibilidad frente a una persona real, aunque los avatares muy realistas pueden generar cierto rechazo que se puede traducir en una menor credibilidad percibida” (p. e2738), lo que muestra la sensibilidad de las audiencias a elementos visuales y su relación con la credibilidad.

En la era digital en la que vivimos actualmente la credibilidad percibida se vuelve la base fundamental para comprender como las audiencias interpretan y aprecian los contenidos periodísticos, por ello esta dimensión está estrechamente ligada con la capacidad que tiene el lector para identificar cuáles son las fuentes confiables, información veraz y así lograr una postura crítica frente a los discursos mediáticos, por tanto en el contexto actual de digitalización y la circulación masiva de contenidos ha hecho que estas capacidades de percepción y credibilidad se debiliten, haciendo que prime la manipulación y desinformación en la opinión pública. En este contexto, Coronel et al. (2023) señalan que el periodista digital “utiliza todas las estrategias positivas y negativas, éticas o no, en influenciar al lector en una opinión particular” (p.281) avalando así que se puede debilitar la formación de un pensamiento crítico, por ende, esta situación refleja como los medios digitales condicionan de cierta forma la percepción del receptor y esto hace que afecte directamente a la percepción de credibilidad en las audiencias.

Por otra parte, Hofeditz et al. (2021) en su investigación en la cual encuestó a 122 lectores sobre noticias generadas con IA, evidenció que al revelar el uso de estas tecnologías en las redacciones periodísticas insidioso más positivamente la reputación que tenía el medio y la experiencia que daban al lector, que el simplemente revelar la presencia de las herramientas de inteligencia artificial en sus redacciones. Por eso en esta dimensión es fundamental debido a que, con la IA, los medios aumentarían la credibilidad percibida si reportan explícitamente sobre el uso de algoritmos y garantizan la supervisión humana en los procesos editoriales.

7. Objetividad en el contenido

La objetividad en el contenido informativo que se genera mediante herramientas de inteligencia artificial ha sido debatida dentro de la comunidad académica y en el periodismo no es la excepción, por lo que Yeste et al. (2025) descubrieron en su investigación que aunque al inicio “muchos participantes veían a los contenidos automatizados como más neutrales y libres de sesgos humanos” esta apreciación cambia a medida que se va comprendiendo como la IA puede heredar sesgos de sus datos y desarrolladores, de esta misma forma, Gutiérrez et al. (2024) destacan que “los algoritmos los crean humanos y los humanos son inherentemente parciales” subrayando que si no hay supervisión editorial, ética y transparencia los sesgos van a seguir permaneciendo.

Toda esta dimensión la completa lo que asegura Illescas et al. (2025) que “la IA juega un papel crucial en la lucha contra la desinformación y la mejora de la objetividad en la redacción de noticias”, a lo que puedo complementar que siempre y cuando su uso sea ético y se ajuste a los principios éticos de los periodistas, por tanto desde un punto de vista conceptual, esta dimensión está relacionada con la ética periodística y la necesidad de supervisión humana para asegurar que las noticias sean justas y equilibradas.

8. Transparencia en el uso de IA

La transparencia en el uso de inteligencia artificial se ha convertido en una dimensión esencial para mantener la confianza del público, por el debate ético que existe, por consiguiente la UNESCO (2021) en su recomendación internacional dice que “los sistemas de la IA deben ser comprensibles y transparentes en su funcionamiento y uso” fomentando la transparencia aumentada, esto quiere decir que, que se debe revelar que noticia fue generada o asistida por IA y explicar cómo se generó esta redacción y los criterios que se utilizó; este argumento lo refuerza Quimis (2024) quien previene que “el uso de IA también plantea importantes desafíos éticos, como la transparencia algorítmica, el sesgo inherente y la responsabilidad en la creación de contenido”, por ello los medios de comunicación deben mantener informada a la audiencia sobre la intervención de tecnologías en la redacción de información periodística.

Sin embargo, la transparencia mal gestionada puede tener efectos desfavorables en la percepción que tengan los lectores, por tanto un estudio de Toff y Simon (2024) declaro que cuando la noticia es etiquetada como “generada por la IA”, la confianza del lector puede disminuir, hasta si el contenido no tiene ningún error, ni sesgos, por eso llegan a la conclusión estos autores que “la transparencia sobre la IA es necesaria éticamente, pero puede socavar la confianza si se hace de manera simple”, por lo que recomiendan previamente proporcionar una explicación detallada sobre el rol que tiene la IA y el grado de intervención humana que tienen las redacciones, esto es para poder equilibrar la honestidad con la credibilidad. Desde el punto de vista conceptual, la transparencia está vinculada a la responsabilidad de la comunicación, que se basa en la necesidad de informar a la audiencia acerca de los procesos que rodean a la creación del contenido de los medios.

9. Estereotipo del contenido creado con IA.

En los contenidos generados por herramientas de inteligencia artificial se puede crear un estereotipo, esto lo advierte Ferrara (2024) que “los modelos de IA, pueden reproducir y amplificar estereotipos sociales existentes”, lo que expresa un riesgo importante para ética y equidad periodística, porque cuando estas tecnologías operan sin ningún mecanismo de control ético pueden crear representaciones distorsionadas en algunos grupos sociales, reforzando la discriminación ya existentes en los medios tradicionales, pues el problema radica en que muchos de estos modelos generativos tienen en sus bases de datos todo lo que se encuentra en internet y por ello aprenden de grupos actuales que tienen ciertas visiones imparciales como: machistas, racistas o clasistas.

En este respecto las producciones periodísticas que se crean con la IA podrían llegar a invisibilizar o estigmatizar a ciertos grupos o comunidades si no se toman las precauciones correspondientes en las redacciones, también Ferrara (2024) dice que estos sesgos “pueden afectar la representación de grupos y erosionar la equidad de la sociedad ocasionando narrativas parciales, por consiguiente esta dimensión aporta a este proyecto debido a que da una perspectiva crítica sobre los efectos que sin intención tiene la IA y a esto hay que implementar estrategias de mitigación como una revisión ética con antelación de los datos de entrenamiento que se le da a la IA, para así crear contenidos más justos y representativos.

10. Claridad informativa.

En la claridad en el contenido informativo que es generado por inteligencia artificial ha sido objeto de estudio porque estos textos logran mantener la comprensibilidad y precisión propias de los medios tradicionales, La Rosa y Sandoval (2024) hicieron un experimento social con pruebas a ciegas en la que “los lectores no encontraron diferencias significativas en la claridad, ni en la calidad de noticias escritas frente por IA frente a las que son escritas por periodistas”, este resultado es clave debido a que refuerzan la idea de que si se entrena adecuadamente a la IA pueden redactar narrativas claras y coherentes, sin errores ortográficos.

También Wang y Huang (2024) finalizaron diciendo que “la autoría por la IA tuvo un efecto nulo en las evaluaciones de las noticias”, en la cual ellos incluyeron aspectos como la relevancia, exactitud y comprensibilidad, haciendo varios estudios para así corroborar que la claridad informativa se preserva en contenido automatizados siempre y cuando estos sean

elaborados con fuentes confiables y criterios periodísticos; esto lo sostiene Sanahuja y López (2022) que “la transparencia se sitúa como un principio clave avanzar hacia un uso responsable de la IA por parte de los medios”, consolidando así que la claridad no solo debe estar presente en el contenido, sino también en su origen y base de datos de recolección de la información, por tanto en esta dimensión se evidencia el aporte a esta fundamentación teórica al mostrar que las herramientas de inteligencia artificial pueden ser un aliado eficaz para la redacción de noticias, incluso en entornos informativos complejos.

2.3.Marco Legal

Aquí se citará la normativa y leyes que den soporte a este proyecto de investigación.

2.3.1 Normativas y leyes internacionales.

La UNESCO habla sobre la ética de la inteligencia artificial en la “Recomendación de la ética de la inteligencia artificial”. El primer marco normativo universal sobre la ética de la IA, que fue adoptado por los 193 Estados miembros de la UNESCO en noviembre de 2021:

Numeral 1:

La presente recomendación trata de las cuestiones éticas relacionadas con el ámbito de la inteligencia artificial en la medida en que competen al mandato de la UNESCO. Aborda la ética de la IA como una reflexión normativa sistemática, basada en un marco integral, global, multicultural y evolutivo de valores, principios y acciones interdependientes, que puede guiar a las sociedades a la hora de afrontar de manera responsable los efectos conocidos y desconocidos de las tecnologías de la IA en los seres humanos, las sociedades y el medio ambiente y los ecosistemas, y les ofrece una base para aceptar o rechazar las tecnologías de la IA. Considera la ética como una base dinámica para la evaluación y la orientación normativas de las tecnologías de la IA, tomando como referencia la dignidad humana, el bienestar y la prevención de daños y apoyándose en la ética de la ciencia y la tecnología. (UNESCO, 2021, pág. 10)

Numeral 3:

En la presente Recomendación se presta especial atención a las repercusiones éticas más amplias de los sistemas de IA en las principales esferas de competencia de la UNESCO —la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación y la información—, examinadas en el estudio preliminar sobre la ética de la inteligencia artificial elaborado en 2019 por la Comisión Mundial de Ética del Conocimiento Científico y la Tecnología (COMEST) de la UNESCO:

d) la comunicación y la información, ya que las tecnologías de la IA

desempeñan una función cada vez más importante en el procesamiento, la estructuración y el suministro de información; las cuestiones del periodismo automatizado y del suministro algorítmico de noticias y la moderación y la conservación de contenidos en los medios sociales y los buscadores son solo algunos ejemplos que plantean cuestiones relacionadas con el acceso a la información, la desinformación, la información errónea, el discurso de odio, la aparición de nuevas formas de narrativa social, la discriminación, la libertad de expresión, la privacidad y la alfabetización mediática e informacional, entre otras. (UNESCO, 2021, pág. 11)

Numeral 112:

Los Estados Miembros deberían utilizar los sistemas de IA para mejorar el acceso a la información y el conocimiento. Para ello, pueden, por ejemplo, apoyar a los investigadores, las universidades, los periodistas, el público en general y los desarrolladores, a fin de mejorar la libertad de expresión, las libertades académicas y científicas y el acceso a la información, así como aumentar la divulgación proactiva de los datos y la información oficiales. (UNESCO, 2021, pág. 36)

Numeral 113:

Los Estados Miembros deberían garantizar que los actores de la IA respeten y promuevan la libertad de expresión y el acceso a la información en lo que respecta a la generación, moderación y conservación automáticas de contenidos. Marcos adecuados, incluso reglamentarios, deberían propiciar la transparencia de los operadores de comunicación e información en línea, velar por que los usuarios tengan acceso a de vista diversos y prever procesos de notificación rápida los usuarios sobre los motivos de la eliminación u otro tratamiento de los contenidos, así como mecanismos de recurso que permitan a los usuarios solicitar reparación. (UNESCO, 2021, pág. 36)

Numeral 114:

Los Estados Miembros deberían invertir en competencias digitales y de alfabetización mediática e informacional y promoverlas, a fin de reforzar el pensamiento crítico y las competencias necesarias para comprender el uso y las implicaciones de los sistemas de IA, con miras a atenuar y contrarrestar la desinformación, la información errónea y el discurso de odio. Una mejor comprensión y evaluación de los efectos tanto positivos como potencialmente perjudiciales de los sistemas de recomendación debería formar parte de esos esfuerzos. (UNESCO, 2021, pág. 36)

Numeral 115:

Los Estados Miembros deberían crear entornos propicios para que los medios de comunicación tengan los derechos y recursos necesarios para informar eficazmente sobre las ventajas y los inconvenientes de los sistemas de IA, y también alentar a los medios de comunicación a que hagan un uso ético de estos sistemas en su trabajo. (UNESCO, 2021, pág. 36)

El reglamento de la UNIÓN EUROPEA 2024/1689, del parlamento europeo y del consejo, se establecen normas armonizadas en materia de la inteligencia artificial, cuyo principal objetivo es promover las herramientas de inteligencia artificial de forma centrada para el ser humano, también fiable y que esta garantice la protección de seguridad, salud y los derechos fundamentales que se establecen:

1. El objetivo del presente Reglamento es mejorar el funcionamiento del mercado interior mediante el establecimiento de un marco jurídico uniforme, en particular para el desarrollo, la introducción en el mercado, la puesta en servicio y la utilización de sistemas de inteligencia artificial (en lo sucesivo, «sistemas de IA») en la Unión, de conformidad con los valores de la Unión, a fin de promover la adopción de una inteligencia artificial (IA) centrada en el ser humano y fiable, garantizando al mismo tiempo un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los derechos fundamentales consagrados en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta»), incluidos la democracia, el Estado de Derecho y la protección del medio ambiente, proteger frente a los efectos perjudiciales de los sistemas de IA en la Unión, así como brindar apoyo a la innovación. El presente Reglamento garantiza la libre circulación transfronteriza de mercancías y servicios basados en la IA, con lo que impide que los Estados miembros impongan restricciones al desarrollo, la comercialización y la utilización de sistemas de IA, a menos que el presente Reglamento lo autorice expresamente.
5. Al mismo tiempo, dependiendo de las circunstancias relativas a su aplicación, utilización y nivel de desarrollo tecnológico concretos, la IA puede generar riesgos y menoscabar los intereses públicos y los derechos fundamentales que protege el Derecho de la Unión. Dicho menoscabo puede ser tangible o intangible e incluye los perjuicios físicos, psíquicos, sociales o económicos.
52. En cuanto a los sistemas de IA independientes, a saber, aquellos sistemas de IA de alto riesgo que no son componentes de seguridad de productos, o que son productos en sí mismos, deben clasificarse como de alto riesgo si, a la luz de su finalidad prevista, presentan un alto riesgo de ser perjudiciales para la salud y la seguridad o los derechos fundamentales de las personas, teniendo en cuenta tanto la gravedad del posible perjuicio como la probabilidad de que se produzca, y se utilizan en varios ámbitos predefinidos especificados en el presente Reglamento. Para identificar dichos sistemas, se emplean la misma metodología y los mismos criterios previstos para la posible modificación futura de la lista de sistemas de IA de alto riesgo, que la Comisión debe estar facultada para adoptar, mediante actos delegados, a fin de tener en cuenta el rápido ritmo del desarrollo tecnológico, así como los posibles cambios en el uso de los sistemas de IA.

2.3.2 Normativa y leyes nacionales

La Constitución del Ecuador establecida en 2008 (16, 17, 18, 19, 20, 384)

Sección tercera

Comunicación e información

Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 13 y 14)

Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelarará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 14)

Art. 18.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En

caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 14)

Art. 19.-La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 14)

Art. 20.-El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 14)

Sección séptima

Comunicación social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008, pág. 111)

Por su parte la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador en su última reforma el 14 de noviembre del 2022 (8, 9.1, 40, 41)

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 8.-Prevalencia en la difusión de contenidos. -Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador. (Ley Orgánica de Comunicación, 2022, pág. 5 y 6)

Art. 9.1.-Normas de regulación, voluntaria de los medios de comunicación social y garantías al ejercicio del periodismo. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta, políticas editoriales y/o informativas, los cuales deberán difundirse en sus portales web o en instrumentos que se encuentren a disposición del público en general cuando sean adoptados. El ejercicio de la actividad periodística y de comunicación debe regirse por estándares éticos y de autorregulación, en ningún caso por estándares o regulaciones impuestas por el Estado. (Ley Orgánica de Comunicación, 2022, pág. 6 y 7)

SECCIÓN III

Derechos de los comunicadores

Art. 41.-Derecho a mantener el secreto profesional. -Ninguna persona que realice actividades de comunicación social podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades. La información obtenida forzosamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios que genere a las personas involucradas serán imputables a quien forzó la revelación de los secretos profesionales, quedando obligada a efectuar la reparación integral de los daños. (Ley Orgánica de Comunicación, 2022, pág. 17)

También es importante mencionar a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del 26 de mayo del 2021 (10, 20)

CAPÍTULO II

PRINCIPIOS

Art. 10.-Principios. -Sin perjuicio de otros principios establecidos en la Constitución de la República, los instrumentos internacionales ratificados por el Estado u otras normas jurídicas, la presente Ley se regirá por los principios de:

a) Juridicidad. -Los datos personales deben tratarse con estricto apego y cumplimiento a los principios, derechos y obligaciones establecidas en la Constitución, los instrumentos internacionales, la presente Ley, su Reglamento y la demás normativa y jurisprudencia aplicable.

b) Lealtad. -El tratamiento de datos personales deberá ser leal, por lo que para los titulares debe quedar claro que se están recogiendo, utilizando, consultando o tratando de otra manera, datos personales que les conciernen, así como las formas en que dichos datos son o serán tratados. En ningún caso los datos personales podrán ser tratados a través de medios o para fines, ilícitos o desleales.

c) Transparencia. -El tratamiento de datos personales deberá ser transparente, por lo que toda información o comunicación relativa a este tratamiento deberá ser fácilmente accesible y fácil de entender y se deberá utilizar un lenguaje sencillo y claro. Las relaciones derivadas del tratamiento de datos personales deben ser transparentes y se rigen en función de las disposiciones contenidas en la presente Ley, su reglamento y demás normativa atinente a la materia.

d) Finalidad. -Las finalidades del tratamiento deberán ser determinadas, explícitas, legítimas y comunicadas al titular: no podrán tratarse datos personales con fines distintos para los cuales fueron recopilados, a menos que concurra una de las causales que habiliten un nuevo tratamiento conforme los supuestos de tratamiento legítimo señalados en esta ley. El tratamiento de datos personales con fines distintos de aquellos para los que hayan sido recogidos inicialmente solo debe permitirse cuando sea compatible con los fines de su recogida inicial. Para ello, habrá de considerarse el contexto en el que se recogieron los datos, la información facilitada al titular en ese proceso y, en particular, las expectativas razonables del titular basadas en su relación con el responsable en cuanto a su uso posterior, la naturaleza de los datos personales, las consecuencias para los titulares del tratamiento ulterior previsto y la existencia de garantías adecuadas tanto en la operación de tratamiento original como en la operación de tratamiento ulterior prevista.

e) Pertinencia y minimización de datos personales. -Los datos personales deben ser pertinentes y estar limitados a lo estrictamente necesario para el cumplimiento de la finalidad del tratamiento.

f) Proporcionalidad del tratamiento. -El tratamiento debe ser adecuado, necesario, oportuno, relevante y no excesivo con relación a las finalidades para las cuales hayan sido recogidos o a la naturaleza misma, de las categorías especiales de datos.

g) Confidencialidad. -El tratamiento de datos personales debe concebirse sobre la base del debido sigilo y secreto, es decir, no debe tratarse o comunicarse para un fin distinto para el cual fueron recogidos, a menos que concurra una de las causales que habiliten un nuevo tratamiento conforme los supuestos de tratamiento legítimo señalados en esta ley. Para tal efecto, el responsable del tratamiento deberá adecuar las medidas técnicas organizativas para cumplir con este principio.

h) Calidad y exactitud. -Los datos personales que sean objeto de tratamiento deben ser exactos, íntegros, precisos, completos, comprobables, claros; y, de ser el caso,

debidamente actualizados; de tal forma que no se altere su veracidad. Se adoptarán todas las medidas razonables para que se supriman o rectifiquen sin dilación los datos personales que sean inexactos con respecto a los fines para los que se tratan. En caso de tratamiento por parte de un encargado, la calidad y exactitud será obligación del responsable del tratamiento de datos personales. Siempre que el responsable del tratamiento haya adoptado todas las medidas razonables para que se supriman o rectifiquen sin dilación, no le será imputable la inexactitud de los datos personales, con respecto a los fines para los que se tratan, cuando los datos inexactos:

a) Hubiesen sido obtenidos por el responsable directamente del titular.

b) Hubiesen sido obtenidos por el responsable de un intermediario en caso de que las normas aplicables al sector de actividad al que pertenezca el responsable del tratamiento establecieran la posibilidad de intervención de un intermediario que recoja en nombre propio los datos de los afectados para su transmisión al responsable.

c) Fuesen obtenidos de un registro público por el responsable.

i) Conservación. -Los datos personales serán conservados durante un tiempo no mayor al necesario para cumplir con la finalidad de su tratamiento. Para garantizar que los datos personales no se conserven más tiempo del necesario, el responsable del tratamiento establecerá plazos para su supresión o revisión periódica. La conservación ampliada de tratamiento de datos personales únicamente se realizará con fines de archivo en interés público, fines de investigación científica, histórica o estadística, siempre y cuando se establezcan las garantías de seguridad y protección de datos personales, oportunas y necesarias, para salvaguardar los derechos previstos en esta norma.

j) Seguridad de datos personales. -Los responsables y encargados de tratamiento de los datos personales deberán implementar todas las medidas de seguridad adecuadas y necesarias, entendiéndose por tales las aceptadas por el estado de la técnica, sean estas organizativas, técnicas o de cualquier otra índole, para proteger los datos personales frente a cualquier riesgo, amenaza, vulnerabilidad, atendiendo a la naturaleza de los datos de carácter personal, al ámbito y el contexto.

k) Responsabilidad proactiva y demostrada.-El responsable del tratamiento de datos personales deberá acreditar el haber implementado mecanismos para la protección de datos personales; es decir, el cumplimiento de los principios, derechos y obligaciones establecidos en la presente Ley, para lo cual, además de lo establecido en

la normativa aplicable, podrá valerse de estándares, mejores prácticas, esquemas de auto y coregulación, códigos de protección, sistemas de certificación, sellos de protección de datos personales o cualquier otro mecanismo que se determine adecuado a los fines, la naturaleza del dato personal o el riesgo del tratamiento. El responsable del tratamiento de datos personales está obligado a rendir cuentas sobre el tratamiento al titular y a la Autoridad de Protección de Datos Personales. El responsable del tratamiento de datos personales deberá evaluar y revisar los mecanismos que adopte para cumplir con el principio de responsabilidad de forma continua y permanente, con el objeto de mejorar su nivel de eficacia en cuanto a la aplicación de la presente Ley.

l) Aplicación favorable al titular. -En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones del ordenamiento jurídico o contractual, aplicables a la protección de datos personales, los funcionarios judiciales y administrativos las interpretarán y aplicarán en el sentido más favorable al titular de dichos datos.

m) Independencia del control. -Para el efectivo ejercicio del derecho a la protección de datos personales, y en cumplimiento de las obligaciones de protección de los derechos que tiene el Estado, la Autoridad de Protección de Datos deberá ejercer un control independiente, imparcial y autónomo, así como llevar a cabo las respectivas acciones de prevención, investigación y sanción. (Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, 2021, pág. 9, 10 y 11)

CAPÍTULO III

DERECHOS

Art. 20.-Derecho a no ser objeto de una decisión basada única o parcialmente en valoraciones automatizadas. -El titular tiene derecho a no ser sometido a una decisión basada única o parcialmente en valoraciones que sean producto de procesos automatizados, incluida la elaboración de perfiles, que produzcan efectos jurídicos en él o que atenten contra sus derechos y libertades fundamentales, para lo cual podrá:

a. Solicitar al responsable del tratamiento una explicación motivada sobre la decisión tomada por el responsable o encargado del tratamiento de datos personales:

b. Presentar observaciones;

c. Solicitar los criterios de valoración sobre el programa automatizado; o,

d. Solicitar al responsable información sobre los tipos de datos utilizados y la fuente de la cual han

e. Impugnar la decisión ante el responsable o encargado del tratamiento No se aplicará este derecho cuando:

1. La decisión es necesaria para la celebración o ejecución de un contrato entre el titular y el responsable o encargado del tratamiento de datos personales;

2. Está autorizada por la normativa aplicable, orden judicial, resolución o mandato motivado de autoridad técnica competente, para lo cual se deberá establecer medidas adecuadas para salvaguardar los derechos fundamentales y libertades del titular; o,

3. Se base en el consentimiento explícito del titular.

4. La decisión no conlleve impactos graves o riesgos verificables para el titular. No se podrá exigir la renuncia a este derecho en forma adelantada a través de contratos de adhesión masivos. A más tardar en el momento de la primera comunicación con el titular de los datos personales, para informar una decisión basada únicamente en valoraciones automatizadas, este derecho le será informado explícitamente por cualquier medio idóneo. (Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, 2021, pág. 14 y 15)

Por último, para soporte de este proyecto de investigación tenemos la Ley Orgánica para la Transformación Digital y Audiovisual publicado el 7 de febrero del 2023 (1,

OBJETO Y ÁMBITO

Art. 1.- Objetivos. - La presente Ley tiene por objetivos generales:

Son objetivos específicos de esta Ley:

b. Establecer el marco regulatorio para el fomento de la transformación digital de las instituciones públicas, de las empresas privadas y de la sociedad; así como fortalecer el uso efectivo y eficiente de las plataformas, las tecnologías digitales, las redes y servicios digitales con el fin de atraer inversiones, impulsar la economía digital, la eficiencia y el bienestar social, desarrollando habilidades y competencias digitales necesarias para el empleo, educación, salud y productividad. (Ley Orgánica para la Transformación Digital y Audiovisual, 2023, pág. 4)

d. Incentivar el uso y la optimización de los recursos necesarios para lograr la transformación digital. (Ley Orgánica para la Transformación Digital y Audiovisual, 2023, pág. 5)

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación para encontrar información se hizo con una metodología mixta, que une métodos cualitativos y cuantitativos. Con esta metodología, no solo se determinó la frecuencia y percepciones de uso de las herramientas de inteligencia artificial en el trabajo periodístico, también exploró las experiencias, opiniones y problemas que enfrentan los periodistas. Pérez Peña et al. (2023) señala “la investigación mixta constituye una tercera vía metodológica que integra herramientas cuantitativas y cualitativas de manera secuencial o simultánea para captar fenómenos complejos en toda su amplitud” (p.1).

Por ello este enfoque sirvió bien para ver fenómenos complejos como la verdad y confianza en las noticias en un mundo digital porque deja ver triangulación de datos y una visión más grande del tema.

3.2. Tipo de investigación.

3.2.1. Investigación aplicada (descriptiva- exploratoria)

La investigación que se hizo es de tipo descriptiva y exploratoria, pues trató de ayudar entender el uso de las herramientas de inteligencia artificial en el trabajo de las noticias. Su fin fue mirar cómo la IA puede llegar a cambiar la verdad y objetividad de las noticias, dando datos buenos para periodistas y medios de comunicación en la zona de Santa Elena. Tuvo un diseño exploratorio porque se recolectaron datos en un único momento del tiempo y sin mover las variables de estudio. Como indican Guevara Alban, Verdesoto Argüello y Castro Molina (2020) “la investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos” (p. 165), por ello si resultó bien para mostrar como los periodistas y lectores perciben el uso de las herramientas de inteligencia artificial en las noticias.

3.3. Diseño de la investigación.

En el desarrollo de este proyecto de investigación sobre las herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas de la provincia de Santa Elena se adoptó un diseño de investigación no experimental de tipo transeccional, debido a que no se manipularon intencionadamente ninguna de las variables de estudio, sino que se analizaron como tal en su contexto natural. Espíndola Vásquez (2023) en su estudio de maestría también utilizó un diseño de investigación descriptivo no experimental, basado en estudio de casos.

También los datos se recolectaron en un momento temporal, lo que permitió explorar y detallar la relación que existe entre el uso de las herramientas de inteligencia artificial y el tratamiento de la información periodística.

Debido al enfoque mixto que se optó en esta investigación se lograron combinar elementos cuantitativos y cualitativos, esto facilitó una interpretación integral del fenómeno, aceptando cuantificar percepciones y prácticas a través de encuestas y así se ahondó en experiencias y criterios mediante las entrevistas realizadas. Por ello el diseño descriptivo y exploratorio avaló la necesidad de plantear un tema emergente desde diferentes ángulos, formando así insumos útiles para la comunidad académica universitaria y los profesionales de la comunicación.

3.4. Alcance de la investigación.

El alcance de la investigación es descriptivo, en donde se describe el uso de herramientas de IA por parte de periodistas, se clasifica el tipo de tecnologías utilizadas y se evalúa la percepción del público respecto a la credibilidad y objetividad de las noticias generadas por IA. Además, se busca establecer relaciones entre el uso de estas tecnologías y las percepciones del público.

3.5. Operacionalización de las variables.

Descripción de cómo se operacionalizarán y medirán las variables de estudio en este proyecto de investigación.

Cuadro 1. Operacionalización de las variables.

Variables(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Variable independiente: Herramientas de inteligencia artificial	Según Decker, Kirsch, Kuppili Venkata y Nix (2022) indica que “son sistemas informáticos capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana”. Esta definición resalta la esencia de estas herramientas, que tienen como propósito optimizar funciones humanas mediante estos algoritmos avanzados.	<ol style="list-style-type: none"> Tipos de herramientas utilizadas. Aplicaciones prácticas. Frecuencia de uso. Nivel de conocimiento en herramientas de inteligencia artificial. Impacto en la labor periodística. 	<ol style="list-style-type: none"> Herramientas específicas empleadas por periodistas. (ChatGPT, Wordsmith, Heliógrafo, etc.) Áreas temáticas donde se usa las herramientas de inteligencia artificial. (noticias políticas, económicas, informativas, deportivas) Porcentaje de tareas realizadas con herramientas de inteligencia artificial frente a los métodos tradicionales. 	<ol style="list-style-type: none"> ¿Qué herramientas de inteligencia artificial utiliza para la redacción de noticias? ¿En qué tipo de noticias utiliza herramientas de inteligencia artificial? ¿Con qué frecuencia utiliza herramientas de inteligencia artificial en su labor periodística? ¿Se usa las herramientas de inteligencia artificial de forma ocasional o sistemática? ¿Cómo ha impactado las herramientas de inteligencia artificial en su profesión periodística? 	Entrevista

			<p>4. Forma parte del diario uso o solo en casos puntuales.</p> <p>5. Efectos positivos, negativos 0 neutros que tenga el uso de las herramientas de inteligencia artificial.</p>		
<p>Variable dependiente: Tratamiento de la información periodística.</p>	<p>Un significado que menciona Soengas-Peréz, Elías- Peréz y López- Cepeda (2018) “es el proceso de redacción y construcción noticiosa sobre acontecimientos caracterizado por estar alejado del sensacionalismo y de intereses particulares”. Esta definición evidencia la responsabilidad social y ética es fundamental para que se pueda garantizar que el hecho noticioso que se va a transmitir sea sin</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credibilidad percibida. 2. Objetividad del contenido. 3. Transparencia en el uso de las herramientas de inteligencia artificial 4. Estereotipo del contenido creado con herramientas de inteligencia artificial. 5. Claridad informativa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel de confianza del lector en contenidos generados por herramientas de inteligencia artificial. 2. Grado de imparcialidad y balance en la información generada con herramientas de inteligencia artificial. 3. Nivel de conocimiento del lector sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en medios de comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera que las noticias generadas por herramientas de inteligencia artificial son confiables? 2. ¿Percibe que las noticias generadas con herramientas de inteligencia artificial presentan información objetiva? 3. ¿Está usted informado de que ciertas noticias que lee fueron creadas con herramientas de inteligencia artificial? 4. ¿Puede diferenciar entre una noticia redactada por un periodista y una con herramienta de inteligencia artificial? 	<p>Encuesta en escala de Likert</p>

	distorsiones y sin sesgos.		4. Visión percibida por el lector de los contenidos. 5. Nivel de comprensión de la información por parte de las audiencias.	5. ¿Son las noticias creadas con herramientas de inteligencia artificial fáciles de comprender?	
--	----------------------------	--	--	---	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio.

3.6.1. Población

La población de estudio tal como lo menciona Arias- Gómez (2016) debe ser un conjunto de casos definido, limitado y accesible, que permita identificar claramente a los sujetos de interés. Con esta afirmación se afianza la relevancia de establecer criterios certeros y concretos que permitan así seleccionar una muestra referente, primordialmente cuando se busca investigar fenómenos actuales como lo son el uso de las herramientas de inteligencia artificial en el entorno periodístico por ello, la población de este proyecto de investigación está conformada por:

1. Profesionales que tienen nexo en el campo periodístico y también de las herramientas de inteligencia artificial, por ello se incluyó a periodistas que trabajan de forma independiente en medios digitales en el campo de la IA generativa.
De igual forma se consideró académicos con formación y experiencia en el uso de la inteligencia artificial.
2. Ciudadanos de la provincia de Sanata Elena que son lectores habituales de noticias en plataformas digitales, residentes en la misma provincia, quienes interactúan con contenido informativo generado mediante IA o de forma tradicional.

Los dos grupos fueron seleccionados en su relación directa que tienen con las variables de estudio de este proyecto de investigación.

3.6.2. Muestra

Se seleccionará una muestra **no probabilística por conveniencia**, considerando los siguientes criterios:

1. **Periodistas:** Se incluirán a profesionales de la comunicación que utilicen o tengan conocimiento del uso de herramientas de IA en sus actividades.
2. **Lectores:** Se encuestará a un mínimo de 100 personas, asegurando diversidad en edad, para obtener una perspectiva amplia sobre las percepciones de credibilidad y objetividad

3.6.3. Periodo de estudio

El periodo de estudio abarca mayo y junio del 2025, tiempo en el que se llevará a cabo la recolección, análisis y presentación de resultados, este proyecto de investigación inició con su planificación a finales del periodo 2024-02 con la estructura del anteproyecto, el cual fue debidamente aprobado con la siguiente estructura: “consistencia del proyecto de investigación”, “planteamiento del problema”, “marco teórico y conceptual”, “marco metodológico”,

culminando en el periodo 2025-01 “con la recolección de datos”, “resultados y discusión”, “conclusiones y recomendaciones”, con datos debidamente validados por expertos.

3.7. Técnicas e instrumentos de levamiento de información.

Para este proyecto de investigación se utilizó las siguientes técnicas de recolección de datos: entrevistas y encuestas. Este enfoque metodológico garantizará una recolección de datos adecuada para responder a los objetivos planteados, permitiendo un análisis integral del tema investigado.

3.7.1. Entrevista

En este proyecto de investigación se realizó entrevistas semiestructuradas, como instrumento cualitativo para permitir profundizar en el entendimiento del uso de herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información periodística, así lo manifiesta Guzmán (2021) que las entrevistas son “un estudio cualitativo típico, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca conclusiones” (p.8), por tanto estas entrevistas estuvieron dirigidas tanto como a periodistas y expertos de estas tecnologías, y así se recogió sus percepciones y criterios, asimismo se pudo explorar aspectos que no pueden ser abordados con técnicas cualitativas ya que fueron preguntas abiertas de esta forma se sabrá las implicaciones éticas, credibilidad, objetividad y preparación sobre estas herramientas.

3.7.2. Encuesta

Para complementar la información dada en las entrevistas, tenemos el enfoque cualitativo, el cual también se aplicó en este proyecto de investigación a un grupo de ciudadanos que consumen diariamente noticias a través de medios digitales que hay en la provincia de Santa Elena, mediante este instrumento se recopiló datos de manera estructurada sobre la percepción que tiene la audiencia con respecto al contenido que se puede crear con inteligencia artificial para posteriormente ser publicado, en especial la relación que existe con la credibilidad, la claridad informativa, uso visible y la objetividad de dichas herramientas. Feria (2020) menciona la ventaja de utilizar la encuesta ya que “el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar la información que necesita y así asegurar mejores respuestas, al aclarar preguntas o dudas, si hubiera una interpretación errónea”, por ello se realizó una encuesta con preguntas cerradas, lo que va facilitar la tabulación y el análisis estadístico de los resultados.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentaran los análisis de los resultados obtenidos del presente proyecto de investigación, tanto las entrevistas que se realizaron a profesionales tanto en la comunicación como en las herramientas de inteligencia artificial, así mismo, la encuesta que se aplicó con éxito a un total de 131 personas que consumen contenido noticioso, en la provincia de Santa Elena, percibiendo la credibilidad, rapidez y confiabilidad de la IA en el entorno periodístico, que tiene como finalidad validar la hipótesis inicial y poder crear recursos en el desarrollo de futuras propuestas.

4.1. Análisis cuantitativo: Encuestas

1. ¿Ha escuchado usted hablar sobre el uso de la inteligencia artificial en la elaboración de noticias?

Tabla 1

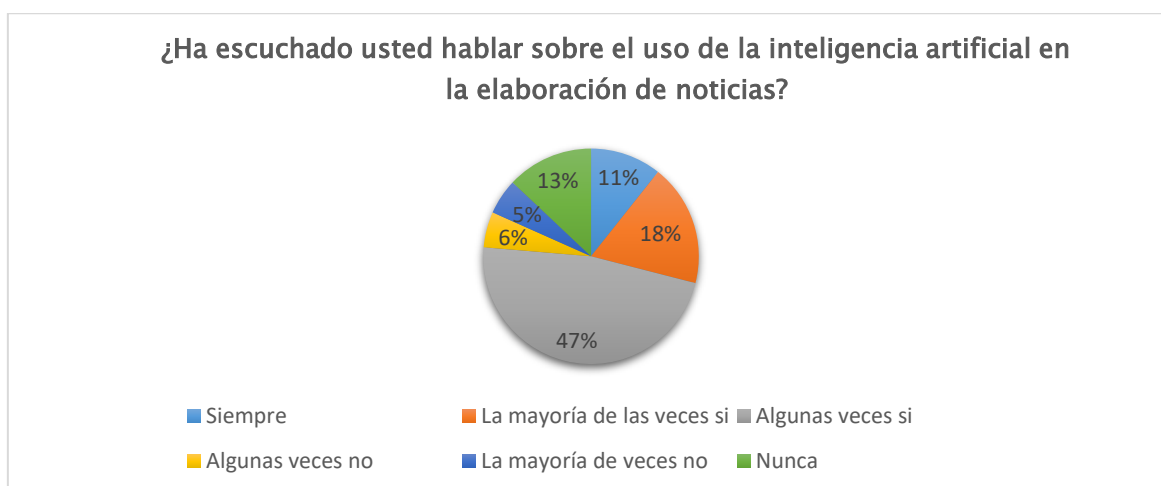
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	10,7%
La mayoría de las veces si	24	18,3%
Algunas veces si	62	47,3%
Algunas veces no	7	5,3%
La mayoría de veces no	7	5,3%
Nunca	17	13%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Figura 1.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Análisis de la interpretación.

Los datos muestran que la mayoría de ciudadanos de la provincia de Santa Elena algunas veces si han escuchado hablar sobre el uso de IA en la elaboración de noticias, por ello el 76% de la audiencia mencionan que: “siempre”, “algunas veces sí” y “la mayoría de veces sí”, por otro lado, un 24% de las audiencias marcan su respuestas negativas, indicando que no han escuchado hablar sobre el uso de inteligencia artificial en la provincia de Santa Elena, lo que podría significar que aún no tienen conocimiento claro sobre estas nuevas herramientas y tampoco su ejecución en los medios de comunicación de la provincia.

2. ¿Cree que los medios digitales deberían utilizar herramientas de inteligencia artificial para apoyar la creación de noticias?

Tabla 2

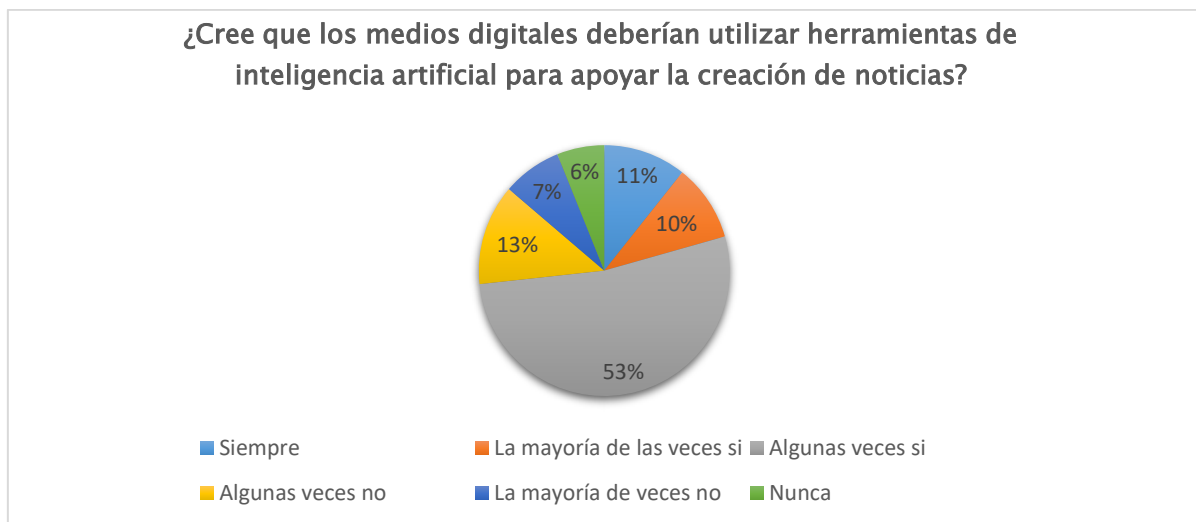
Escala	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	14	10,7%
<i>La mayoría de las veces si</i>	13	9,9%
<i>Algunas veces si</i>	69	52,7%
<i>Algunas veces no</i>	17	13%
<i>La mayoría de veces no</i>	10	7,6%
<i>Nunca</i>	8	6,1%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Figura 2.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Análisis de la interpretación.

Una gran mayoría de los encuestados es decir un 74% mencionaron que: “siempre” (11%), “la mayoría de veces sí” (10%), “algunas veces sí” (53%) si cree que los medios digitales de la provincia deberían usar herramientas de inteligencia artificial para la creación de noticias, mientras que el 13% dijo que “algunas veces no” y un 7% la mayoría de veces no”; concluyendo que tan solo un 6% menciona que “nunca” lo consideran adecuado, los que da como resultado que la mayoría cree favorable la incorporación de estas nuevas tecnologías en el periodismo local.

3. ¿Considera que la inteligencia artificial puede mejorar la rapidez con la que se difunden las noticias?

Tabla 3

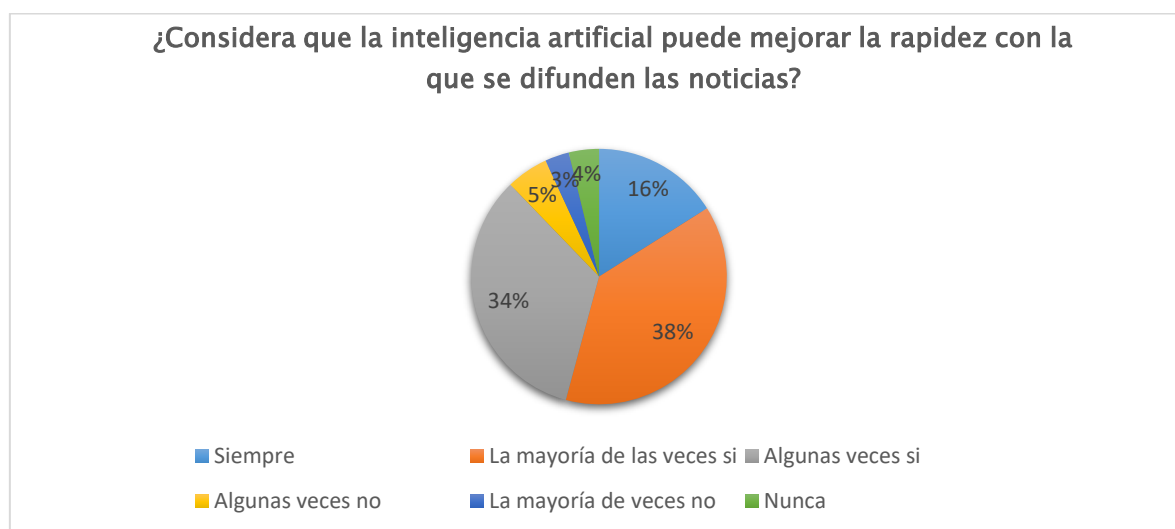
<i>Escala</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	21	16%
<i>La mayoría de las veces si</i>	50	38,2%
<i>Algunas veces si</i>	44	33,6%
<i>Algunas veces no</i>	7	5,3%
<i>La mayoría de veces no</i>	4	3,1%
<i>Nunca</i>	5	3,8%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Figura 3.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Análisis de la interpretación.

Esta pregunta tiene como resultado una captación positiva, sobre si la inteligencia artificial puede mejorar la rapidez con la que se difunden las noticias, ya que un 38% de los ciudadanos encuestados marcan “la mayoría de veces sí”, un 34% señala “algunas veces si” y también un 16% que menciona de manera favorable que si se logra tener una rapidez en difundir hechos noticiosos, opuestamente solo un 5% marco que “algunas veces no”, 3% “la mayoría de veces no” y tan solo un 4% dijo que “nunca”, por lo que se evidencia que si existe un nivel de confianza a las herramientas de inteligencia artificial más que todo en la optimización de tiempos, pero aún hay ciertas dudas en una pequeña parte de la ciudadanía.

4. ¿Cree que las noticias generadas por inteligencia artificial deben ser revisadas por periodistas humanos antes de su publicación?

Tabla 4

<i>Escala</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	112	85,5%
<i>La mayoría de las veces si</i>	11	8,4%
<i>Algunas veces si</i>	6	4,6%
<i>Algunas veces no</i>	1	0,8%
<i>La mayoría de veces no</i>	0	0%
<i>Nunca</i>	1	0,8%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Figura 4.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Análisis de la interpretación.

Los hallazgos muestran que la mayoría de ciudadanos cree que las noticias generadas por inteligencia artificial deben ser revisadas por periodistas antes de ser publicadas con un 85% marcando que “siempre”, también un 13% apoya esto de forma positiva indicando: “algunas veces sí” (5%), “la mayoría de veces si” (8%); mientras que tan solo un 2% menciona que “la mayoría de veces no” (1%), “algunas veces no” (1%), y ninguno de los participantes de esta encuesta marco la opción “nunca”, lo que es una clara evidencia de su preferencia por la supervisión humana para así poder tener garantía de la objetividad y credibilidad de los contenidos periodísticos generados por las herramientas de inteligencia artificial.

5. ¿Considera usted que las noticias generadas por inteligencia artificial son confiables?

Tabla 5

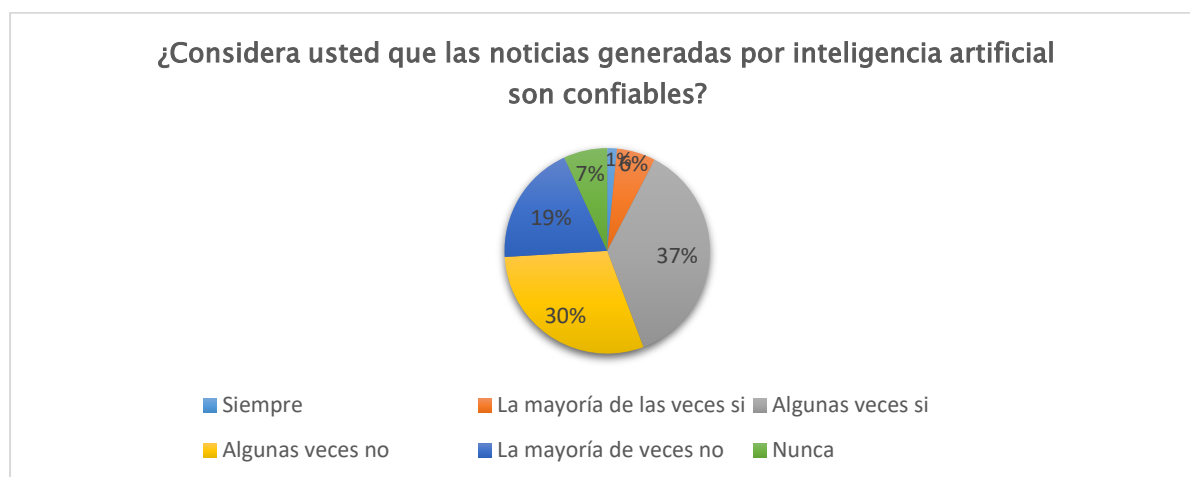
<i>Escala</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	2	1,5%
<i>La mayoría de las veces si</i>	8	6,1%
<i>Algunas veces si</i>	48	36,6%
<i>Algunas veces no</i>	39	29,8%
<i>La mayoría de veces no</i>	25	19,1%
<i>Nunca</i>	9	6,9%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Figura 5.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Análisis de la interpretación.

Un poco más de la mitad de los participantes de la encuesta marcaron que si tienen un nivel de confianza positivo a estas nuevas tecnologías al momento de la redacción periodística, a esto el 37% se inclinó por la opción “algunas veces sí”, el 19% dijo que “siempre” y el 6% “la mayoría de veces si” teniendo un total de que 62% tiene un confiabilidad favorable; mientras que el 30% indicó “algunas veces no”, el 7% “la mayoría de veces no” y tan solo un 1% dijo que “nunca” dando como conclusión que la aceptación es moderada y aún tienen reservas hacia la confiabilidad.

6. ¿Cree que estas noticias reflejan objetividad al tratar temas de actualidad?

Tabla 6

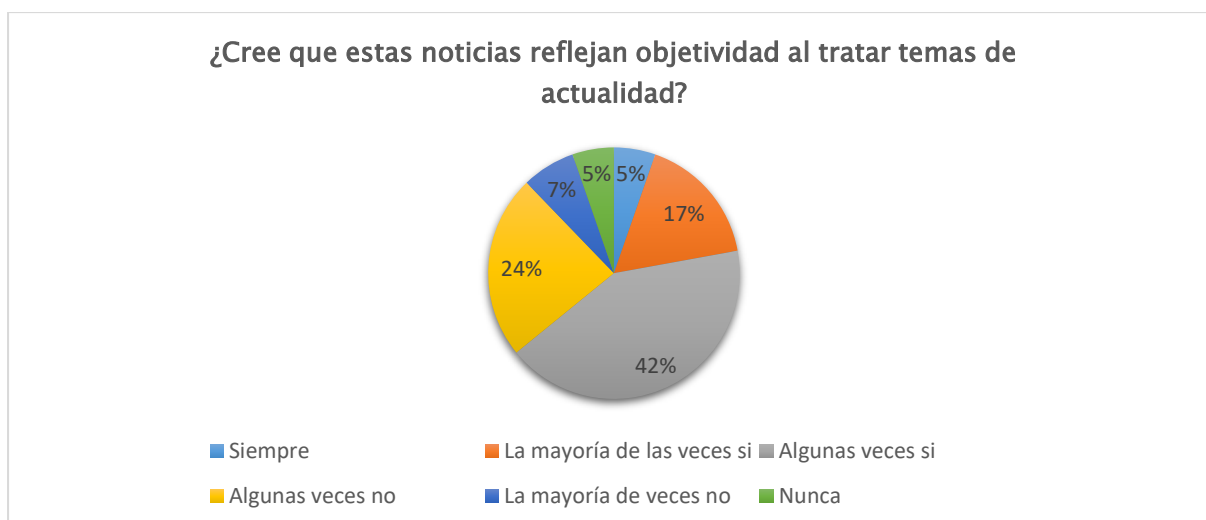
<i>Escala</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	7	5,3%
<i>La mayoría de las veces si</i>	22	16,8%
<i>Algunas veces si</i>	55	42%
<i>Algunas veces no</i>	31	23,7%
<i>La mayoría de veces no</i>	9	6,9%
<i>Nunca</i>	7	5,3%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Figura 6.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Análisis de la interpretación.

Los resultados de esta pregunta es que casi la mitad de los participantes piensa que las noticias generadas con herramientas de inteligencia artificial reflejan objetividad al tratar temas de actualidad por ello un 42% afirmó que “algunas veces sí”, un 17% indicó que “la mayoría de veces sí” y un 5% que “siempre”, a su vez en contraste un 24% dijo que “algunas veces no”, un 7% “la mayoría de veces no” y otro 5% que “nunca”, dando como resultado que existe una desconfianza por parte importante los participantes.

7. ¿Ha notado alguna vez errores o falta de claridad en noticias generadas por IA?

Tabla 7

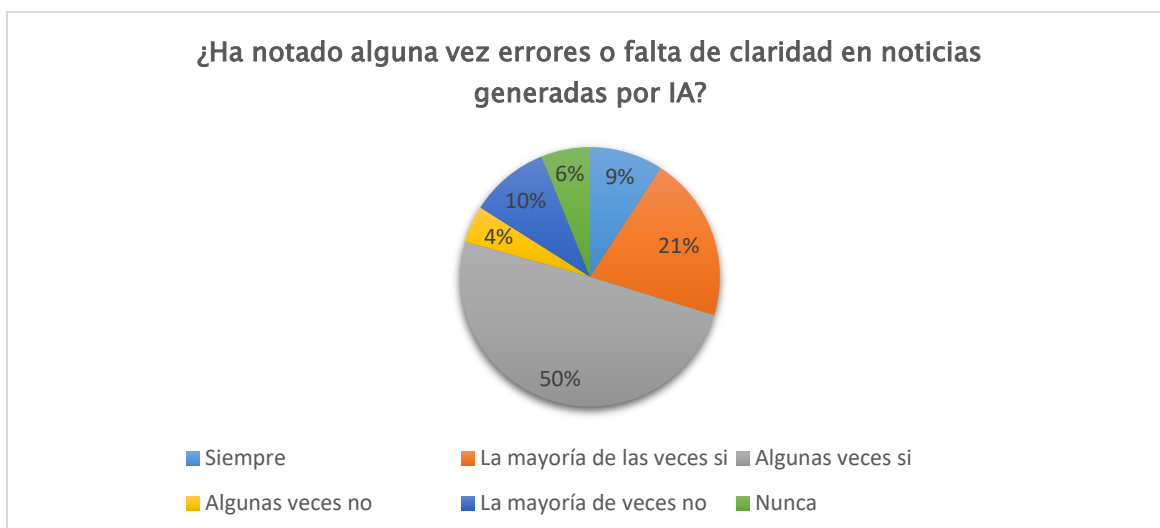
<i>Escala</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	12	9,2%
<i>La mayoría de las veces si</i>	27	20,6%
<i>Algunas veces si</i>	65	49,6%
<i>Algunas veces no</i>	6	4,6%
<i>La mayoría de veces no</i>	13	9,9%
<i>Nunca</i>	8	6,1%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: Junio 2025

Figura 7.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Análisis de la interpretación.

La mitad de los participantes en esta encuesta selecciono la opción “algunas veces si” con el 50% del total, a esto le sumamos el 21% de “la mayoría veces si” y el 9% de “siempre” lo que da como total un 80% de personas que han notado errores o falta de claridad en noticias generadas por la inteligencia artificial, mientras que un 10% indicó que “la mayoría de veces no”, 4% “algunas veces no” y tan solo un 6% menciona que “nunca”, lo que es una clara muestra que aunque las herramientas de inteligencia artificial son una tecnología útil, aún existe una incertidumbre sobre la calidad del contenido que produce.

8. ¿Confía usted más en una noticia escrita por un periodista humano que en una elaborada por una herramienta de IA?

Tabla 8

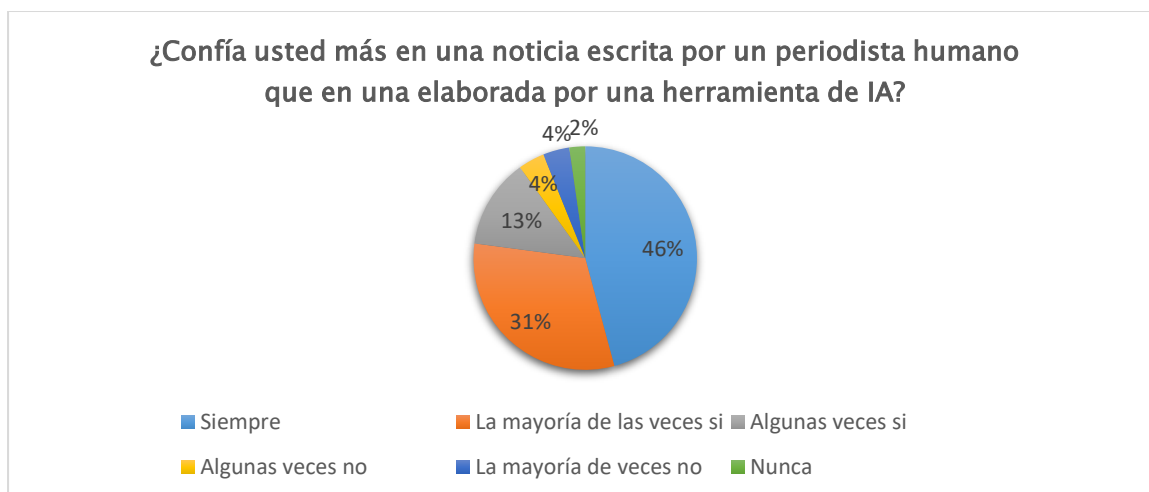
Escala	Frecuencia	Porcentaje
<i>Siempre</i>	60	45,8%
<i>La mayoría de las veces si</i>	41	31,3%
<i>Algunas veces si</i>	17	13%
<i>Algunas veces no</i>	5	3,8%
<i>La mayoría de veces no</i>	5	3,8%
<i>Nunca</i>	3	2,3%
Total	131	100%

Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Figura 8.



Fuente: Encuesta aplicada a ciudadanos de la provincia de Santa Elena mediante Google Forms.

Elaborado por: Ana María Chávez Romero

Fecha: junio 2025

Análisis de la interpretación.

Los resultados son evidencia que los ciudadanos tienen un nivel de confianza en las noticias escritas por un periodista frente a las que son elaboradas por una IA, porque un 46% afirmó que “siempre”, mientras que un 31% dijo “la mayoría de veces sí” y un 13% “algunas veces sí”, opuestamente, solo un 6% señaló “algunas veces no” (4%), “la mayoría de veces no” (2%) y apenas un 1% marco “nunca”, reflejando que aunque existan estas tecnologías, las audiencias dan mayor credibilidad a las noticias que son redactadas por periodistas, necesitando así un criterio profesional y un componente humano para la publicación de noticias.

4.2. Análisis Cualitativo: Entrevistas

A continuación, se mostrará las entrevistas realizadas con su debido análisis, estas se realizaron a expertos en tanto en comunicación, como en herramientas de inteligencia artificial, teniendo así una perspectiva profesional y académica sobre la IA.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Objetivo: Explorar el alcance, uso y retos éticos de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo actual, enfatizando su impacto en la credibilidad y la objetividad informativa.

Entrevistado: Christian Espinosa Baquero

Cargo: Catedrático universitario, periodista digital

Especialidad: Inteligencia artificial generativa

Entrevistador: Ana María Chávez Romero

Cuadro 2. Entrevista

Categoría	Respuesta del entrevistado	Triangulación teórica
Definición de IA	La inteligencia artificial son esquemas, algoritmos que permiten analizar datos y aprender de forma automática, utilizando esquemas similares a como aprenden los humanos.	Gutiérrez-Caneda et al. (2024) destaca que la IA permite rediseñar el proceso editorial desde nuevas estructuras cognitivas, lo cual complementa la visión del entrevistado sobre algoritmos con lógica similar al aprendizaje humano.
Herramientas utilizadas	Claude, ChatGPT y Perplexity son mencionadas como herramientas útiles, dependiendo del objetivo comunicacional. Para redacción se sugiere Claude o ChatGPT; para investigación, Perplexity; y para programación, Claude.	Tejedor Calvo et al. (2025) afirma que cada etapa del proceso periodístico requiere herramientas específicas; esto respalda la clasificación que hace el entrevistado según el objetivo (investigación, redacción, programación).
Capacitación técnica	Si no hay una inducción previa, los periodistas no sabrán usar correctamente la inteligencia artificial, cometerán errores al filtrar la información, al citar fuentes, y no sabrán cómo	Shoai (2024) advierte sobre la brecha educativa en América Latina, lo cual refuerza el señalamiento del entrevistado sobre los errores que surgen cuando

	afinar los resultados que les proporciona la herramienta.	se usa IA sin formación técnica.
Ética y credibilidad	No es la inteligencia artificial lo que determina la credibilidad de un contenido, sino el periodista que la utiliza. Si el profesional actúa con ética, no habrá problemas con el uso de la herramienta.	Hofeditz et al. (2021) demuestra que cuando el lector conoce que hay supervisión humana detrás de contenidos con IA, aumenta la percepción de credibilidad, alineándose con la idea del entrevistado sobre el rol ético del periodista.
Protocolos y filtros	Antes que imponer protocolos éticos nuevos, es más importante formar correctamente a los periodistas. Los filtros, la verificación de datos y la personalización del contenido siguen siendo responsabilidad del ser humano.	Quimis Arteaga (2024) resalta la necesidad de que los periodistas comprendan la IA antes de aplicar reglas sobre su uso, lo cual complementa la crítica del entrevistado hacia los protocolos vacíos sin formación previa.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Objetivo: Recoger una visión académica institucional sobre la incorporación, beneficios y desafíos del uso de las herramientas de inteligencia artificial en los procesos formativos y profesionales.

Entrevistado: Lcda. Maritza Gisella Paula Chica Ms. C; PhD

Cargo: Vicerrectora Académica Universidad Estatal Península de Santa Elena

Especialidad: Doctora en Ciencias

Entrevistador: Ana María Chávez Romero

Cuadro 2. Entrevista

Categoría	Respuesta del entrevistado	Triangulación teórica
Definición de IA	La IA está vinculada a los planes de clases, sílabos, producción de contenidos y creación de nuevas carreras. La universidad la incorpora desde un modelo educativo centrado en competencias digitales.	Gutiérrez-Caneda et al. (2024) destaca que la IA redefine procesos tradicionales, no solo en redacciones sino también en entornos educativos, lo cual coincide con la implementación institucional descrita por la entrevistada.
Herramientas utilizadas	Menciona el uso de Power BI, Runway y Sintex como herramientas de IA aplicadas en entornos educativos para producir contenidos audiovisuales y análisis de datos.	Tejedor Calvo et al. (2025) resalta que la IA potencia la narrativa periodística mediante automatización de producción y edición, lo que se refleja en el uso de herramientas audiovisuales mencionadas por la entrevistada.
Capacitación técnica	Indica que el vicerrectorado ha impulsado capacitaciones para docentes y estudiantes con enfoque ético y técnico, especialmente en la inducción al currículo con IA.	Shoai (2024) plantea que los sistemas educativos deben adaptarse con rapidez a los avances tecnológicos, lo que valida la acción institucional de capacitación descrita por la entrevistada.
Ética y credibilidad	Si no se forma adecuadamente, la IA puede afectar la credibilidad por la manipulación de datos,	González Santos et al. (2023) subrayan que el uso de IA exige verificación rigurosa para mantener la objetividad. Este principio

	imágenes o videos. La ética debe guiar su uso para garantizar transparencia y veracidad.	se refleja en la preocupación ética de la entrevistada sobre la manipulación informativa.
Protocolos y filtros	La UPSE está desarrollando lineamientos institucionales para el uso ético de la IA, incluyendo el establecimiento de porcentajes de uso y normativas de verificación de contenidos.	La UNESCO (2021) enfatiza que los sistemas de IA deben ser comprensibles y transparentes, y Quimis Arteaga (2024) complementa que se requiere establecer normas institucionales claras, como lo está haciendo la UPSE.

4.3. Análisis e interpretación de la entrevista.

Las dos entrevistas que se realizaron a expertos en comunicación, educación en IA y tecnología son una evidencia clara de una visión crítica, reflexiva y a la vez complementaria del uso de las herramientas de inteligencia artificial en entornos periodísticos, en ambos diálogos se pudo evidenciar las coincidencias sobre que la IA representa una herramienta con gran potencial pero que si requiere de una presencia humana para tener una preparación ética y técnica para obtener resultados beneficiosos.

El master en periodismo digital en IA generativa Christian Espinosa da una perspectiva desde la práctica periodística, definiendo que la inteligencia artificial resalta la capacidad de los algoritmos para formarse de manera similar al pensamiento humano, lo que apunta que es una tecnología que comprende más allá de lo operativo, por ello también percibe un claro enfoque técnico, pero siempre debe pasar por un filtro humano de sentido crítico, también él considera que el uso de estas herramientas de inteligencia artificial no garantiza la credibilidad y calidad informativa.

Asimismo, la doctora en ciencias master Maritza Gisella Paula Chica aporta una mirada institucional desde su experiencia como vicerrectora en la cual a integrando a las herramientas de inteligencia artificial a un enfoque más educativo en múltiples áreas de competencias digitales, destacando que la IA ya está siendo utilizada por docentes y estudiantes para la creación de contenidos, por ello en la institución se realizan varias capacitaciones para su uso y orientación responsable y ético.

Ambos entrevistados armonizan sus respuestas de que el problema no está en las herramientas de inteligencia artificial, sino más bien en el uso que se le dé, por este motivo el periodista Espinosa recalca que, sin una debida inducción los profesionales del periodismo corren el riesgo de usar de manera errónea la IA afectando la veracidad y la calidad del contenido. Por tanto, la master Maritza Paula reafirma esta preocupación, indicando que la falta de formación puede llevar a que se dé la manipulación de datos y perdida del rigor informativo, en consecuencia, ellos llegan a la conclusión que la capacitación es un pilar fundamental para así evitar un uso superficial o riesgoso de esta nueva tecnología.

En definitiva, ambos entrevistados revelan una comprensión amplia de la IA, no la ven como una amenaza, más bien la reconocen como una gran tecnología oportuna, la cual debe ser acompañada por formación continua y principios éticos, por tanto, las herramientas de inteligencia artificial, no reemplaza al ser humano, lo desafía a ser más crítico, responsable y prepararse más.

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultado de la encuesta:

Los hallazgos de la encuesta que se aplicó a 131 ciudadanos que residen en la provincia de Santa Elena son una evidencia de una creciente presencia, falta consolidar, de las herramientas de inteligencia artificial en sector periodístico, aunque el 76% aseguró haber escuchado al menos alguna vez sobre el uso de IA en las redacciones periodísticas, por otro lado un 24% menciona no saber de esto al respecto, lo que es una clara muestra que aunque hay una cercanía inicial, aún persiste la brecha informativa en las audiencias de la provincia. Esta es una orientación en la cual se percibe que en este contexto tecnológico en el que la inteligencia artificial está ganando espacio, aun no logra alcanzar una comprensión plena por parte del público.

Referente a la precepción de la utilidad en medios digitales, el 71% afirma que si deberían utilizar herramientas de inteligencia artificial para apoyar la creación y redacción de noticias, lo cual tiene un vínculo con una perspectiva positiva hacia la modernización de las rutinas periodísticas, de manera similar el 88% concuerda en que estas herramientas de inteligencia artificial permiten mejorar la velocidad en la difusión de contenidos, lo que reafirma la idea de que el público percibe a la inteligencia artificial como una aliada en lo que tiene que ver a los tiempos informativos, aunque esta afirmación no se traduce necesariamente en que tengan confianza absoluta por los contenidos.

También una certeza clara de los resultados es que el 94% de los encuestados piensa que las noticias generadas con herramientas de inteligencia artificial deben ser previamente revisadas por periodistas humanos antes de ser publicadas, esto es una clara evidencia de la necesidad que existe de una supervisión ética y profesional del contenido que es automatizado lo cual, tiene una relación directa con el numeral 1 de la Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial:

Aborda la ética de la IA como una reflexión normativa sistemática, basada en un marco integral, global, multicultural y evolutivo de valores, principios y acciones interdependientes, que puede guiar a las sociedades a la hora de afrontar de manera responsable los efectos conocidos y desconocidos de las tecnologías de la IA en los seres humanos, las sociedades y el medio ambiente y los ecosistemas, y les ofrece una base para aceptar o rechazar las tecnologías de la IA. UNESCO (2021)

Por ello cuando se preguntó sobre si las noticias son generadas por inteligencia artificial son confiables, tan solo el 1% menciona que “siempre” y el 6% “la mayoría de veces, en contraste a un 30% que respondió que “algunas veces no” y el 19% dijo “la mayoría veces no”; por lo que se sugiere que, aunque si se está reconociendo el gran potencial técnico que tienen las herramientas de inteligencia artificial, aún hay dudas importantes sobre si es fiable o no.

En la parte ética y de transparencia también se refleja en las respuestas que hablan sobre la objetividad y la claridad de la información que un 42% cree que “algunas veces si” las redacciones que son creadas con inteligencia artificial reflejan objetividad al tratar temas de actualidad y un 24% dijo que “algunas veces no”; también un 80% recalco que si han notado errores y falta de claridad en estos contenidos, por ello esto refuerza la importancia que deben dar los medios digitales a los mecanismos de verificación y supervisión de la información para así garantizar la calidad y veracidad de la información generada.

Por último la credibilidad percibida se hace más evidente en la comparación entre periodistas y tecnologías de inteligencia artificial, que un 46% de los participantes de la encuesta manifestaron que “siempre” van a confiar en una noticia que es redactada por periodistas, mientras que solo el 2% dijo lo contrario, lo que es una clara muestra de que el criterio profesional, el juicio ético y el componente humano siguen aún siendo pilares fundamentales para legitimar el contenido que es informativo, incluso en esta era más tecnológica.

5.2. Discusión de resultado de las entrevistas:

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas permiten comprender de mejor manera y con mayor profundidad como se gestiona y percibe el uso de las herramientas de inteligencia artificial en el entorno periodístico y educativo, en la provincia de Santa Elena, ambos entrevistados enriquecen al aportar desde sus experiencias reales las ventajas y riesgos que implica el uso de estas tecnologías en la producción informativa.

Se puede observar una gran comprensión sobre el funcionamiento de la IA, en las entrevistas se puede observar la coincidencia que las herramientas de inteligencia artificial no pueden funcionar de forma aislada del criterio que el profesional del periodístico utilice, también concuerdan que esta tecnología es útil pero que su aporte dependerá del objetivo y el contexto que sea utilizada y sobre todo de la formación que tenga el periodista.

De igual modo se habló del uso de ciertas herramientas específicas, dejando como resultado que no se trata de hablar de la inteligencia artificial como una tecnología

indeterminada, sino de plataformas concretas que tienen múltiples usos y está siendo incorporada en las redacciones periodísticas, aulas de aprendizaje y creación de contenido multimedia, también mencionaron que el establecer protocolos o normativas no va a garantizar un correcto uso, más bien se debe formar éticamente a los futuros profesionales del periodismo.

En conclusión, estas entrevistas son evidencia que las herramientas de inteligencia artificial representan un recurso potente pero a su vez desafiante, ya que no es ni buena, ni mala por sí sola, pero su impacto va a depender del nivel de conciencia y responsabilidad con el que se la utilice, en esta perspectiva cobra especial relevancia en contexto en la provincia de Santa Elena, en donde la adopción de nuevas tecnologías puede crear brechas informativas, institucionales y culturales que deben ser atendidas si se desea que la inteligencia artificial fortalezca la credibilidad y objetividad del periodismo.

6. CONCLUSIONES

Como conclusiones de este proyecto de investigación, podemos presentar las siguientes:

- El uso de herramientas de inteligencia artificial por parte de los periodistas de la provincia de Santa Elena si influye en la credibilidad y la objetividad del contenido informativo, aunque esta influencia no es absoluta, debido a que a la percepción de la credibilidad se ve afectaba cuando el contenido generado por la inteligencia artificial no tiene supervisión humana, ni criterio profesional periodista; mientras que la objetividad puede verse comprometida cuando estas herramientas no son utilizadas con los debidos criterios éticos y editoriales.
- El determinar el impacto del uso de las herramientas de inteligencia artificial en la redacción de noticias por parte de los periodistas en la provincia de Santa Elena y su relación con la credibilidad y objetividad de la información periodística, se puede concluir que la integración de estas tecnologías aún está en su etapa inicial y experimental, debido a que los periodistas reconocen su utilidad en tareas de redacción, corrección y organización de ideas, expresando aun cierta preocupación por los efectos que estas herramientas sobre la autenticidad del contenido y la confianza de las audiencias.
- Se logro identificar que las herramientas de inteligencia artificial más utilizadas por los periodistas de la provincia de Santa Elena son aquellas vinculadas a la generación de textos, edición y asistencia lingüística, como lo son ChatGPT y Grammarly, debido a que son utilizadas con fines netamente operativos y así no reemplazan el juicio periodístico.
- En clasificar que elementos del discurso periodístico pueden verse afectados por el uso de inteligencia artificial se pudo identificar qué aspectos como la coherencia narrativa, el estilo personal del redactor, el orden lógico de las ideas y la neutralidad que se tenga en el lenguaje son modificables mediante el uso de estas herramientas, debido a que pueden mejorar la presentación formal del texto y también existe el riesgo de estandarizar el lenguaje, eliminar enfoque crítico, produciendo sesgos presentes.
- Por último, en el consistir evaluar la precepción de los lectores sobre la credibilidad del contenido periodístico generado con inteligencia artificial, se puede concluir que, en gran parte los lectores tienen una actitud de desconfianza frente a este tipo de contenidos y una de las principales razones está relacionada con la falta de funcionamiento y el temor que se da a que se distorsione la verdad o llegue a deshumanizarla en el proceso de redacción.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda impulsar programas de formación continua a periodistas sobre el uso ético y técnico de las herramientas de inteligencia artificial, estos cursos o programas tienen que abordar temas como la verificación de fuentes, el manejo de los sesgos, la transparencia editorial y la preservación del juicio crítico humano en los procesos de redacción periodística.
- Se sugiere a la universidad incorporar en los silabus de la carrera de Comunicación contenidos formativos sobre la inteligencia artificial, desde una visión ética, técnica y crítica, debido a que desde las aulas universitarias se deben preparar a los futuros periodistas para así enfrentar los retos que hay en el ecosistema digital, promoviendo el uso responsable y consiente de estas herramientas de inteligencia artificial.
- Se invita a los futuros comunicadores a realizar investigaciones de análisis sobre el contenido de noticias generadas por la IA, para así evaluar de forma más profunda cómo se ven afectadas las variables como la calidad narrativa, neutralidad del lenguaje y la percepción de la imparcialidad por parte de la audiencia.
- Se propone establecer espacios para el dialogo y capacitación entre periodistas especializados en inteligencia artificial, académicos que dominen este tema y estudiantes de la carrera de Comunicación, esto con el objetivo de compartir experiencias y generar así conocimiento conjunto sobre el uso responsable de estas herramientas en el periodismo, así se podrá construir una visión crítica y contextualizada sobre la aplicación de la inteligencia artificial en el entorno de la provincia de Santa Elena.

8. REFERENCIAS

1. Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Navales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Revista Alergia México, 63(2), 201–206. <https://www.medigraphic.com/pdfs/alergia/am-2016/am162e.pdf>
2. Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
3. Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wpcontent/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf
4. Asamblea Nacional del Ecuador. (2022). *Ley Orgánica de Comunicación*. https://www.emapasr.gob.ec/htm/archivos/LOTAIP_2024/mayo/link/LEY%20ORG%203%81NICA%20DE%20COMUNICACI%20C3%93N.pdf
5. Asamblea Nacional-República del Ecuador. (7 de febrero de 2023). *Ley Orgánica Para La Transformación Digital Y Audiovisual*. Registro Oficial-Órgano de la República del Ecuador:
<chromeextension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/7e52b3d7-0ba5-4c58-a474-00e19fcb127.pdf>
6. Bajaan-Cedeño, D., Freixa, P., & Codina, L. (2025). *Transparencia y responsabilidad en el uso de la IA en medios de comunicación: Análisis comparativo*. Universitat Pompeu Fabra. <http://hdl.handle.net/10230/70126>
7. Center for Media Engagement. (2020). Can Artificial Intelligence Reprogram the Newsroom? *University of Texas at Austin*. <https://mediaengagement.org/research/can-artificial-intelligence-reprogram-the-newsroom/>
8. Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2305671>
9. Coronel Suárez, M. A., Ortega Maldonado, L. H., Andrade Vera, A. G., & Cortez Clavijo, P. E. (2023). La influencia en el lector de la generación de discursos en entornos de comunicación digitales. *RECIAMUC*, 7(1), 273-282. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.\(1\).enero.2023.273-282](https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.(1).enero.2023.273-282)
10. De Lara, A., García-Avilés, J. A., & Arias-Robles, F. (2022). *Implantación de la Inteligencia Artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales*. *Textual & Visual Media*, 1(15), 1-16. <https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.001>
11. Decker, S., Kirsch, D. A., Kuppili Venkata, S., & Nix, A. (2022). *Finding light in dark archives: Using AI to connect context and content in email*. *AI & Society*, 37, 859–872. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01369-9>
12. de-Lima-Santos, M.-F., & Ceron, W. (2022). Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
13. Espíndola Vásquez, C. N. (2023). *Estrategias de comunicación en la difusión de los centros culturales del cantón Salinas* (Trabajo de titulación, Universidad Estatal Península de Santa Elena). Repositorio UPSE.

14. Fernández, A., & Chevenet, I. (2024). *Inteligencia artificial: Nuevos desafíos para el periodismo* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/176676>
15. Ferrara, E. (2024). *Fairness and Bias in Artificial Intelligence: A Brief Survey of Sources, Impacts, and Mitigation Strategies*. *Sci*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.3390/sci6010003>
16. García Gómez, R. E., & Zepeda Orozco, J. A. (2021). El tratamiento periodístico de la información vs. la infodemia en tiempos pandémicos: contrastes entre el periodismo profesional y el llamado periodismo ciudadano. *Journal de Ciencias Sociales*, 9(16), 135–141. <https://doi.org/10.18682/jcs.vi16.4441>
17. Gobierno de España. (2023, 19 abril). *¿Qué es la Inteligencia Artificial (IA)? Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. <https://planderecuperacion.gob.es/noticias/que-es-inteligencia-artificial-ia-prtr>
18. González Villega, A. L. (2024). *Tratamiento informativo y el periodismo ambiental para impulsar el conservacionismo en la comuna Palmar. Caso Radio Palmar* [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8403>
19. Guevara Albán, G. P., Verdesoto Argüello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
20. Gutiérrez-Caneda, B., Lindén, C.-G., & Vázquez-Herrero, J. (2024). *Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: talking with professionals and experts*. *Frontiers in Communication*, 9, 1465178. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>
21. Gutiérrez-Caneda, Beatriz; Vázquez-Herrero, Jorge; López-García, Xosé (2023). “AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology”. *Profesional de la información*, v. 32, n. 5, e320514. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14>
22. Hofeditz, L., Mirbabaie, M., Holstein, J., & Stieglitz, S. (2021). *Do you trust an AI-journalist? A credibility analysis of news content with AI-authorship*. *Proceedings of the 29th European Conference on Information Systems (ECIS 2021)*. https://aisel.aisnet.org/ecis2021_rp/50
23. Illescas Reinoso, D., Palacios, A. G., & Ortiz Vizúete, F. (2025). La inteligencia artificial en el periodismo: herramientas y aplicaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 2354–2375. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3503>
24. Jacho Cruz, Á., Espinal Alarcón, A. J., Matamoros Dávalos, Á. A., Clery Aguirre, A., León Valle, B. W., Egüez Cevallos, C., Quirumbay, C., Espíndola Vásquez, C., Echeverría Maggi, D., Castillo Zapata, D., Cruz Navarrete, E., Flor Calva, E., Ricardo Plúas, E., Muñoz Márquez, F., Arroba Soria, G., Rodríguez Villón, G., Gellibert Villao, G., Cochea Panchana, G., Santamaría Romero, P., García Rodríguez, J., Guarnizo Delgado, J., Férrez Vergara, J., Clery Aguirre, J., Molina Benavides, L., Álvarez Garzón, L., Rodas Pérez, M., Alcántara Gutiérrez, M., Posligua Quinde, M., Castillo, M., Sntaxi Andrade, M., González Santos, M., Calle Sánchez, N., Cortez Clavijo, P.,

- Quinto, R., Maldonado López, S., Tigua Moreira, S., García González V., Gellibert Villao, W., Dután, W., Barrera Haro, W. & Limones Borbor, Y. P. (2025). Retos y desafíos de la comunicación en la era de la postverdad. SBN: 978-9942-679-49-9 <https://doi.org/10.33996/cide.ecuador.PI2679499>.
25. La-Rosa Barrolleta, L. A., & Sandoval-Martín, T. (2024). Artificial intelligence versus journalists: The quality of automated news and bias by authorship using a Turing test. *Anàlisi*, 70, 15–36. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3681>
 26. *Lectores confían menos en las noticias y medios cuando interviene la IA*. (2024, 12 diciembre). La Crónica de Hoy México. https://www.cronica.com.mx/academia/2024/12/12/lectores-confian-menos-en-las-noticias-y-medios-cuando-interviene-la-ia/?utm_source=chatgpt.com
 27. López del Castillo Wilderbeek, F. L. (2025). *Inteligencia artificial generativa y confianza en los medios. Un análisis de la detección de IA en noticias usando GPTZero*. *Vivat Academia*, 158, 1–18. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1556>
 28. Manfredi Sánchez, J. L., & Ufarte Ruiz, M. J. (2020). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 49–72. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>
 29. Martínez-Martínez, S. (2025). *Impacto de la IA en la profesión periodística: retos y oportunidades formativas para las Universidades*. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 36, 114-127. <https://doi.org/10.52495/c10.emcs.36.p114>
 30. Martínez-Navarro, G. (2025). Artificial Intelligence and Journalism: Exploring Journalists' Perspectives. *Doxa Comunicación*, 40, 259–278. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a13>
 31. Mateos Abarca, J. P. (2025). *La IA y el periodismo: una nueva era de cambios operativos y productivos*. *Cuadernos de Periodistas*, (49). <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-ia-y-el-periodismo-una-nueva-era-de-cambios-operativos-y-productivos/>
 32. Osorio-Andrade, C. F., Arango-Espinal, E., & Arango-Pastrana, C. A. (2024). *De lo real a lo ficticio: evaluación de la credibilidad de noticias difundidas por humanos y por avatares creados con inteligencia artificial*. *Palabra Clave*, 27(3), e2738. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.3.8>
 33. Osorio-González, R., & Castro-Ricalde, D. (2021). *Aproximaciones a una metodología mixta*. *NovaRUA*, 13(22), 65–84. https://www.academia.edu/95383682/Aproximaciones_a_una_metodolog%C3%ADa_mixta
 34. Otero González, I. (2022). *Los cimientos de la Inteligencia Artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados*. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(1), 15–35. <https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.1.9056>
 35. Palla, Z., & Kostarella, I. (2023). *Journalists' Perspectives on the Role of Artificial Intelligence in Enhancing Quality Journalism in Greek Local Media*. *Societies*, 15(4), 89. <https://doi.org/10.3390/soc15040089>
 36. Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2024). Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 1689, 12 de julio de 2024, pp. 1-144. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689B>

37. Quimis Arteaga, L. E. (2024). *Inteligencia artificial en el periodismo: innovación, ética y colaboración en la creación y verificación de contenidos*. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 1120–1139. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3069>
38. Sanahuja Sanahuja R. . y López Rabadán P. (2022). Ética y uso periodístico de la inteligencia artificial. Los medios públicos y las plataformas de verificación como precursores de la rendición de cuentas en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 959-970. <https://doi.org/10.5209/esmp.82385>
39. Sarzosa Soto, R. E. (2024). *Herramientas de inteligencia artificial: investigación, arquitectura y diseño*. Editorial CILADI. https://ciladi.org/wp-content/uploads/Herramientas-de-inteligencia-artificial_Richard-Sarzosa-Soto.pdf
40. Segarra-Saavedra, J., Cristófol, F. J., & Martínez-Sala, A. M. (2019). Inteligencia artificial (IA) aplicada a la documentación informativa y redacción periodística deportiva. El caso de BeSoccer. *Doxa Comunicación*, (29), 275–286. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a14>
41. Shoai, A. (2024). *La formación periodística sobre inteligencia artificial en América Latina: desafíos desde la perspectiva de un programa colaborativo*. *Más Poder Local* (56), 46-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9482602>
42. Soengas-Pérez, X., Elías-Pérez, C., & López-Cepeda, A. M. (2018). *El tratamiento de la información política e institucional en TVE*. **Revista Latina de Comunicación Social**, 73, 1072–1089.
43. TechTarget. (2025, 4 marzo). *What is ChatGPT? Everything you need to know*. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/ChatGPT>
44. Tejedor Calvo, Santiago, Guerrero Gómez, Ruth Natalí y Romero-Rodríguez, Luis M. (2024). Mapeo de herramientas narrativas de IA aplicadas al periodismo, Teknokultura. *Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, avance en línea, 1-14. <https://dx.doi.org/10.5209/TEKN.98102>
45. Thomson, T. J. (2025). *AI-generated journalism falls short of audiences' expectations: report*. RMIT University. <https://www.rmit.edu.au/news/all-news/2025/feb/ai-journalism-report>
46. Toff, B., & Simon, F. M. (2024). “Or They Could Just Not Use It?”: The Dilemma of AI Disclosure for Audience Trust in News. *The International Journal of Press/Politics*, 29(1), 200–221. <https://mediawell.ssrc.org/citations/or-they-could-just-not-use-it-the-dilemma-of-ai-disclosure-for-audience-trust-in-news-2/#:~:text=polarized%20along%20partisan%20lines%2C%20perceive,As%20news%20organizations%20increasingly>
47. UNESCO. (2021). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/recommendation-ethics-artificial-intelligence>
48. *Vista de La Implementación de la IA Generativa en la Redacción Periodística de la Ciudad De Oruro*. (s. f.). <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7541/11416>
49. Wang, S., & Huang, G. (2024). The Impact of Machine Authorship on News Audience Perceptions: A Meta-Analysis of Experimental Studies. *Communication Research*, 51(7), 815-842. <https://doi.org/10.1177/00936502241229794>
50. Yeste-Piquer, E., Suau-Martínez, J., Sintés-Olivella, M., & Xicoy-Comas, E. (2025). *What If I Prefer Robot Journalists? Trust and Objectivity in the AI News Ecosystem*. *Journalism and Media*, 6(2), 51. <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/51>

51. Guzmán, V. (2021). El método cualitativo y su aporte a la investigación en las ciencias sociales. *Gestionar: revista de empresa y gobierno*, 1(4), 19-31. DOI: <https://doi.org/10.35622/j.rg.2021.04.002>
52. Fera, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Revista Didasc@lia: D&E*. Publicación del CEPUT, XI(3), 62-70.

ANEXOS

Anexo 1. *Árbol de Problemas*



Anexo 2. Instrumentos

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Explorar el alcance, uso y retos éticos de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo actual, enfatizando su impacto en la credibilidad y la objetividad informativa.

Entrevistado: Christian Espinosa Baquero

Cargo: Catedrático universitario, periodista digital

Especialidad: Inteligencia artificial generativa

Entrevistador: Ana María Chávez Romero

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	Desde su experiencia profesional ¿cómo define usted a la inteligencia artificial en el contexto periodístico?	La inteligencia artificial son esquemas, algoritmos que permiten analizar datos y aprender de forma automática, utilizando esquemas similares a como aprenden los humanos.	
Herramientas de Inteligencia Artificial.	¿Qué herramientas de inteligencia artificial generativa considera usted más relevantes actualmente para el trabajo periodístico?	La relevancia de una herramienta de inteligencia artificial depende del objetivo para el cual este diseñada, por ejemplo, para hacer texto dependiendo si se va a redactar noticias o discursos puede servir Claude y ChatGTP versiones pagadas, y si es programación Claude y si es investigación Perpelxyti; la relevancia está en el objetivo determinado.	
	Desde su experiencia docente y profesional, ¿cómo evalúa el nivel de conocimiento técnico que tienen los periodistas	Si no hay una inducción previa no van a saber usarla, si no se enseña cómo utilizarla se usa mal, no van a saber cómo filtrar los datos, van a equivocarse, no van a saber cuándo y cómo citarla, como afinarla de mejor manera.	

	sobre el uso de IA generativa?		
	¿Cree usted que la incorporación de IA en la redacción transforma positivamente el rol del periodista, o puede llegar a desplazarlo?	Transforma si hay una inducción clara dentro de las instituciones, para que entiendan para que sirve la inteligencia artificial, si las personas que están dentro no tienen una formación del uso adecuado, la van a usar mal.	
Variable Dependiente	¿Considera que el uso de inteligencia artificial afecta la credibilidad del contenido noticioso ante los lectores?	No, lo que pasa es que el uso no es lo que determina, no es la inteligencia artificial lo que determina el uso, es la persona con la que determina el uso. Entonces, si la persona es ética, pues la inteligencia artificial no va a tener problema, entonces la inteligencia artificial está sujeta al lado ético de la redacción.	
Tratamiento de información periodística	¿Cree que los medios deben establecer protocolos éticos específicos cuando emplean inteligencia artificial para generar información?	Deben formarle más que tener los protocolos, porque los protocolos es un tema que es universal, pero hay ciertos específicos. Esas son cuestiones de seguridad básica que debería un periodista estudiar, son cuestiones más bien técnicas, esos protocolos sobre nuevas cuestiones de las vías. Los protocolos son los mismos de siempre.	
	Desde su perspectiva profesional ¿Qué precauciones éticas considera necesarias al momento de utilizar herramientas de inteligencia	Tiene que tener en cuenta, para empezar el tema de los filtros, la inteligencia artificial, saber verificar, saber afinar para que los resultados sean adecuados, igualmente siempre personalizar los contenidos. La inteligencia artificial me da una referencia, me ayuda a llegar a ideas más rápidas, pero	

	artificial en el tratamiento de contenidos noticiosos?	siempre necesita un filtro de la persona.	
--	--	---	--

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.															
AUTOR:		Chávez Romero Ana María															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Herramientas de inteligencia artificial	Tipos de herramientas utilizadas	Herramientas específicas empleadas por periodistas.		X						X		X		X			
	Aplicaciones prácticas	Áreas temáticas donde se usan las herramientas de inteligencia artificial.		X						X		X		X			
	Frecuencia de uso	Porcentaje de tareas realizadas con herramientas de inteligencia artificial frente a los métodos tradicionales.		X						X		X		X			
	Nivel de conocimiento en herramientas de inteligencia artificial.	Forman parte del uso diario o solo en casos puntuales.		X						X		X		X			

	Impacto en la labor periodística.	Efectos positivos, negativos o neutros en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
Tratamiento de la información periodística.	Credibilidad percibida	Nivel de confianza del lector en contenidos generados por herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
	Objetividad del contenido.	Grado de imparcialidad y balance en la información generada con las herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
	Transparencia en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.	Nivel de conocimiento del lector sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en medios de comunicación.		X					X		X		X		X		
	Estereotipo del contenido creado con herramientas de inteligencia artificial.	Visión percibida por el lector de los contenidos.		X					X		X		X		X		
	Claridad informativa.	Nivel de comprensión de la información por parte de		X					X		X		X		X		

	las audiencias.																			
--	-----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Guía de preguntas – Herramientas de inteligencia artificial- Tratamiento de la información periodística.

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excecente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			100	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																			100	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			100	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			100	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			100	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			100	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			100	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			100	

9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	
----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----	--

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
 C.I.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Chávez Romero Ana María		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Explorar el alcance, uso y retos éticos de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo actual, enfatizando su impacto en la credibilidad y la objetividad informativa.	
Dirigido a:	Docente universitario y periodista digital Christian Espinosa Baquero	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.	
Documento de identidad:	0928816107	
Grado académico:	Magister	
Especialidad:	Magister en Periodismo Digital	
Experiencia profesional (años): 12		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Recoger una visión académica institucional sobre la incorporación, beneficios y desafíos del uso de las herramientas de inteligencia artificial en los procesos formativos y profesionales.

Entrevistado: Lcda. Maritza Gisella Paula Chica Ms. C;

Ph.D

Cargo: Vicerrectora Académica Universidad Estatal
Península de Santa Elena

Especialidad: Doctora en Ciencias

Entrevistador: Ana María Chávez Romero

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	Desde su rol institucional, ¿cómo valora la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en los entornos académicos y profesionales?	Lo vemos muy vinculado a lo que es planes de clases, a la elaboración de sílabos, a la elaboración de nuevas carreras también y a la producción de esos contenidos. Todo esto, claro, nosotros como universidad, sin embargo, lo vemos desde un modelo educativo que ya lo tenemos centrado con estas competencias digitales.	
Herramientas de inteligencia artificial	¿Considera usted que las universidades deben formar a los futuros comunicadores en el uso de herramientas de IA? ¿Por qué?	La IA es una herramienta que nos va a permitir esa producción, distribución, consumo de información, siempre y cuando tengamos y abordemos desde nuestras aulas clases ese principio ético, técnico también con relación a las diferentes herramientas que vayamos a utilizar y que	

		sean vistas desde las altas esferas como parte competitiva, crítica, constructiva y positiva a la vez.	
	¿Qué herramientas de IA ha identificado como más relevantes para el ámbito educativo y comunicacional?	Tomamos como relevante el uso del Power BI con inteligencia artificial que va integrada. Yo manejo mucho también lo que son ediciones de video, algunos docentes también lo hacen como contenidos audiovisuales, como Sintex y Runway, entre otros, que lo he escuchado de forma muy frecuente de nuestros docentes.	
	¿Cuál cree que es el nivel de preparación que tienen actualmente los docentes y estudiantes frente al uso responsable de estas tecnologías?	Como Universidad creo que el compromiso del educador es enfocarse específicamente a esa parte ética, con un criterio que nos permita no estar de forma negativa, sino de forma constructiva, positiva. A eso yo le llamo un tipo de criterio que nos permita vincular desde nuestros estudiantes a las diferentes esferas. Como vicerrectorado académico sí lo hemos impulsado en las capacitaciones para con nuestros estudiantes, la inducción a nuestros docentes específicamente en lo que es en la parte del currículum.	
	¿Se ha discutido dentro de su	Estamos elaborando dentro del marco	

	<p>institución la creación de lineamientos o políticas para el uso ético de la inteligencia artificial?</p>	<p>institucional para el uso ético de la inteligencia artificial, lo tenemos visto ya un 20% como máximo. El día de ayer también estuve en una reunión con el CES en donde se habla sobre el uso de la misma y que cada universidad pondrá el porcentaje para la verificación de dichos datos o elaboración de diferentes contenidos.</p>	
Variable Dependiente	<p>¿Cree usted que la inteligencia artificial puede alterar la forma en que se construye y se percibe la información en los medios?</p>	<p>Podríamos estar diciendo la verificación de la percepción del individuo. Si es negativa, pues vamos a ver muchas cosas falsas, muchas cosas a la mala interpretación, pero si son de formas positivas y constructivas, la vamos a ver en que podemos</p>	
Tratamiento de la información periodística	<p>Desde su perspectiva, ¿de qué manera la IA podría afectar la credibilidad de la información en manos de profesionales poco capacitados?</p>	<p>Pues a nivel del mundo ya lo hemos vivido y esto sí, repercute muchísimo en los contenidos falsos, en la forma de manipular imágenes o datos o videos, también en la forma muy excesiva sobre el uso de este tipo de fondos.</p>	
	<p>¿Qué importancia tiene, en su opinión, la formación ética frente al uso de IA en contextos comunicativos?</p>	<p>A partir de aquí yo puedo decir que es una responsabilidad de nosotros los docentes de darle a nuestros estudiantes todas las herramientas necesarias, pero sobre todo ese principio ético, la</p>	

	veracidad y sobre todo esa transparencia.	
¿Qué recomendaciones daría usted a los periodistas y comunicadores que comienzan a utilizar inteligencia artificial en sus prácticas profesionales?	<p>Cada uno de nosotros debemos informarnos de forma muy continua sobre el uso técnico de las herramientas que vayamos a utilizar. Sobre todo, el impacto que vamos a dar a nivel social cuando estemos transmitiendo cierta información.</p> <p>La IA ha venido para apoyarnos a que esto sea un poco más ligero, más rápido ante las situaciones existentes de la comunicación</p>	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.															
AUTOR:		Chávez Romero Ana María															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Herramientas de inteligencia artificial	Tipos de herramientas utilizadas	Herramientas específicas empleadas por periodistas.		X						X			X		X		
	Aplicaciones prácticas	Áreas temáticas donde se usan las herramientas de inteligencia artificial.		X						X			X		X		
	Frecuencia de uso	Porcentaje de tareas realizadas con herramientas de inteligencia artificial frente a los métodos tradicionales.		X						X			X		X		
	Nivel de conocimiento de herramientas de inteligencia artificial.	Forman parte del uso diario o solo en casos puntuales.		X						X			X		X		

	Impacto en la labor periodística.	Efectos positivos, negativos o neutros en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
Tratamiento de la información periodística.	Credibilidad percibida	Nivel de confianza del lector en contenidos generados por herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
	Objetividad del contenido.	Grado de imparcialidad y balance en la información generada con las herramientas de inteligencia artificial.		X					X		X		X		X		
	Transparencia en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.	Nivel de conocimiento del lector sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en medios de comunicación.		X					X		X		X		X		
	Esterotipo del contenido creado con herramientas de inteligencia artificial.	Visión percibida por el lector de los contenidos.		X					X		X		X		X		
	Claridad informativa.	Nivel de comprensión de la información por parte de		X					X		X		X		X		

		las audiencias.																		
--	--	-----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Guía de preguntas – Herramientas de inteligencia artificial-
Tratamiento de la información periodística.

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES	
		0 - 20		21 - 40		41 - 60		61 - 80		81 - 100													
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100		
11. Objetividad	Expresa conductas observables																					100	
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					100	
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					100	
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					100	
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					100	
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					100	
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					100	
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					100	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Chávez Romero Ana María		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Recoger una visión académica institucional sobre la incorporación, beneficios y desafíos del uso de las herramientas de inteligencia artificial en los procesos formativos y profesionales	
Dirigido a:	Lcda. Maritza Gisella Paula Chica, Ph. D.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.	
Documento de identidad:	0928816107	
Grado académico:	Magister	
Especialidad:	Magister en Comunicación	
Experiencia profesional (años): 12		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		



Gonzalo Javier Vera
Vera



La Libertad 22 de mayo del 2025

Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario – Escala de Likert

Tema: Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.

Objetivo General: Conocer la percepción de las audiencias sobre el uso de las herramientas de inteligencia artificial en la generación de noticias, también sus impactos y la credibilidad que tiene el contenido informativo.

Escala: Siempre (1), la mayoría de las veces sí (2), algunas veces sí, algunas veces no (3), la mayoría de veces no (4), nunca (5)

Variable independiente: Herramientas de inteligencia artificial		1	2	3	4	5
1	¿Ha escuchado usted hablar sobre el uso de la inteligencia artificial en la elaboración de noticias?					
2	¿Cree que los medios digitales deberían utilizar herramientas de inteligencia artificial para apoyar la creación de noticias?					
3	¿Considera que la inteligencia artificial puede mejorar la rapidez con la que se difunden las noticias?					
4	¿Cree que las noticias generadas por inteligencia artificial deben ser revisadas por periodistas humanos antes de su publicación?					
Variable dependiente: Tratamiento de la información periodística						
1	¿Considera usted que las noticias generadas por inteligencia artificial son confiables?					
2	¿Cree que estas noticias reflejan objetividad al tratar temas de actualidad?					
3	¿Ha notado alguna vez errores o falta de claridad en noticias generadas por IA?					

4	¿Confía usted mas en una noticia escrita por un periodista humano que en una elaborada por una herramienta de IA?					
---	---	--	--	--	--	--



Gonzalo Javier Vera
Vera



La Libertad 22 de mayo del 2025

Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.															
AUTOR:		Chávez Romero Ana Maria															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Herramientas de inteligencia artificial	Tipos de herramientas utilizadas	Herramientas específicas empleadas por periodistas.		X						X		X			X		
	Aplicaciones prácticas	Áreas temáticas donde se usan las herramientas de inteligencia artificial.		X						X		X			X		
	Frecuencia de uso	Porcentaje de tareas realizadas con herramientas de inteligencia artificial frente a los métodos tradicionales.		X						X		X			X		
	Nivel de conocimiento de herramientas de inteligencia artificial.	Forman parte del uso diario o solo en casos puntuales.		X						X		X			X		

	Impacto en la labor periodística.	Efectos positivos, negativos o neutros en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.		X					X	X		X		X		
Tratamiento de la información periodística.	Credibilidad percibida	Nivel de confianza del lector en contenidos generados por herramientas de inteligencia artificial.		X					X	X		X		X		
	Objetividad del contenido.	Grado de imparcialidad y balance en la información generada con las herramientas de inteligencia artificial.		X					X	X		X		X		
	Transparencia en el uso de las herramientas de inteligencia artificial.	Nivel de conocimiento del lector sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en medios de comunicación.		X					X	X		X		X		
	Estereotipo del contenido creado con herramientas de inteligencia artificial.	Visión percibida por el lector de los contenidos.		X					X	X		X		X		
	Claridad informativa.	Nivel de comprensión de la información por parte de		X					X	X		X		X		

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: **Guía de preguntas – Herramientas de inteligencia artificial-
Tratamiento de la información periodística.**

Indicadores	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 - 100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
19. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					100					
20. Objetividad	Expresa conductas observables																						100				
21. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																						100				
22. Organización	Organización lógica entre sus ítems																						100				
23. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																						100				
24. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																						100				
25. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																						100				
26. Coherencia	Relación en variables e indicadores																						100				
27. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																						100				

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100

La Libertad 19 de mayo del 2025



Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.
Juez Experto
C.I. 0928816107

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Chávez Romero Ana María		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodistas en la provincia de Santa Elena.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Encuesta	
Objetivo:	Conocer la precepción de las audiencias sobre el uso de las herramientas de inteligencia artificial en la generación de noticias, también sus impactos y la credibilidad que tiene el contenido informativo.	
Dirigido a:	Audiencia de la provincia de Santa Elena	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.	
Documento de identidad:	C.I. 0928816107	
Grado académico:	Magister	
Especialidad:	Magister en Periodismo	
Experiencia profesional (años): 12		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		



Gonzalo Javier Vera
Vera



La Libertad 22 de mayo del 2025

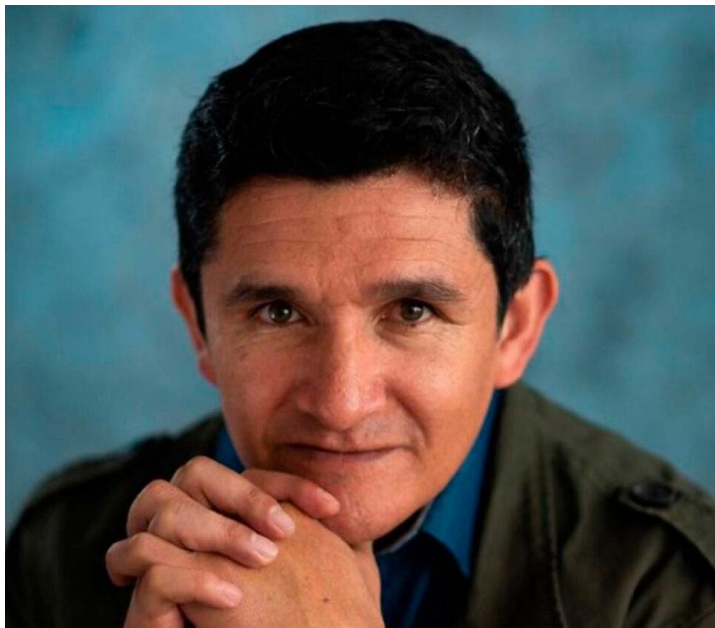
Lcdo. Gonzalo Vera Vera, Mgtr.

Juez Experto
C.I. 0928816107

Anexo 3. Tutorías



Anexo 4. Entrevistas y encuestas



Entrevistado: Christian Espinosa Baquero
Cargo: Catedrático universitario, periodista digital
Especialidad: Inteligencia artificial generativa

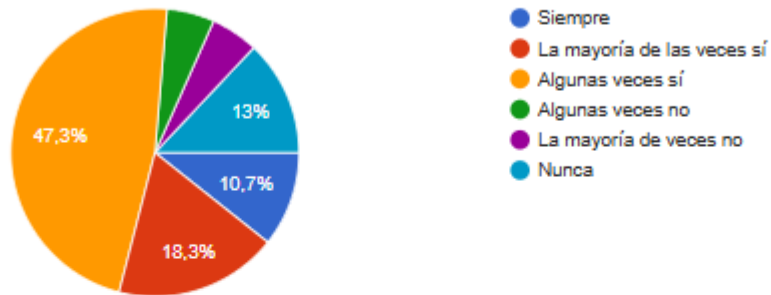


Lda. Maritza Gisella Paula Chica Ms. C; Ph.D
Cargo: Vicerrectora Académica Universidad Estatal Península de Santa Elena
Especialidad: Doctora en Ciencias

¿Ha escuchado usted hablar sobre el uso de la inteligencia artificial en la elaboración de noticias?

Copiar gráfico

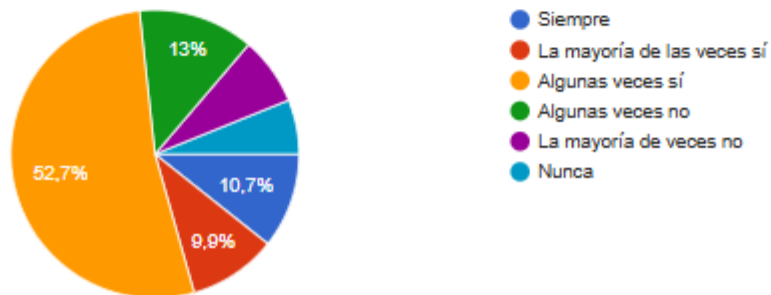
131 respuestas



¿Cree que los medios digitales deberían utilizar herramientas de inteligencia artificial para apoyar la creación de noticias?

Copiar gráfico

131 respuestas



https://docs.google.com/spreadsheets/d/1L9oz7Hz6hJoREfrAvmjUq_e6QY_s8_MEksXDiQoWiRg/edit?resourcekey=&gid=1536845791#gid=1536845791

Herramientas de inteligencia artificial en el tratamiento de la información utilizada por los periodi...
 Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

Form_Responses1	Marca temporal	¿Edad?	¿Ha escuchado usted hablar sobre el uso de	¿Cree que los medios digitales deberían utiliz	¿Considera que la inteligencia artificial puede	¿Cree que las r
1	30/05/2025 0:25:55	18- 25 años	Algunas veces sí	La mayoría de veces no	La mayoría de las veces sí	Siempre
2	30/05/2025 0:27:56	25- 40 años	Algunas veces sí	La mayoría de las veces sí	La mayoría de veces no	Siempre
3	30/05/2025 0:35:17	25- 40 años	Algunas veces sí	Algunas veces no	Algunas veces no	Siempre
4	30/05/2025 0:53:31	40- 55 años	Algunas veces sí	Algunas veces no	La mayoría de las veces sí	Siempre
5	30/05/2025 1:06:08	25- 40 años	Nunca	Algunas veces sí	Nunca	Siempre
6	30/05/2025 2:11:00	25- 40 años	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Siempre
7	30/05/2025 2:25:03	18- 25 años	La mayoría de las veces sí	La mayoría de las veces sí	La mayoría de las veces sí	Siempre
8	30/05/2025 3:06:12	18- 25 años	Siempre	La mayoría de veces no	Algunas veces no	Siempre
9	30/05/2025 7:12:30	25- 40 años	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Siempre
10	30/05/2025 7:19:17	25- 40 años	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces
11	30/05/2025 7:39:31	25- 40 años	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces no	Siempre
12	30/05/2025 7:41:40	18- 25 años	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Algunas veces sí	Siempre

+ Respuestas de formulario 1