Horizonte Académico
Revista Multidisciplinaria
Recibido:22/08/2025 Aprobado:25/09/2025

DOI: https://doi.org/10.70208/3007.8245.v5.n3.235

¿Periodismo sin periodistas? Impacto de la inteligencia artificial en la redacción de titulares periodísticos

Richard Efrain Castellanos Cazana
Richardcastellanos068@gmail.com
https://orcid.org/0009-0002-6695-3958
Universidad Técnica de Oruro
Bolivia – Oruro

Adriana Paulina Alcocer
adryalcocerplaza@gmail.com
https://orcid.org/0009-0002-8341-899X
Universidad Técnica de Oruro
Bolivia – Oruro

Jhesica Jhandira Tito Pinaya
Jhesicatito10@gmail.com
https://orcid.org/0009-0003-6361-3568
Universidad Técnica de Oruro
Bolivia – Oruro

Judith Sendy Ticona Condori
Sendytc1@gmail.com
https://orcid.org/0009-0005-2411-1447
Universidad Técnica de Oruro
Bolivia – Oruro

Marianela León Mendoza
leonmedozamarianela2@gmail.com
https://orcid.org/0009-0009-2050-7662
Universidad Técnica de Oruro
Bolivia – Oruro

RESUMEN

El presente estudio analiza el impacto del uso de la inteligencia artificial (IA) en la elaboración de titulares periodísticos en Oruro, Bolivia, así como sus implicaciones éticas y profesionales. Con un enfoque mixto, se aplicaron encuestas estructuradas a 15 periodistas en ejercicio, entrevistas semiestructuradas y análisis comparativo de titulares generados por IA (OpenAI, Wordsmith, Google News AI) frente a los redactados por profesionales humanos. Los resultados revelan que el 86% de los encuestados percibe que la IA, aunque útil para agilizar procesos, podría sustituir progresivamente tareas periodísticas, mientras que el 87% considera que su uso inadecuado compromete la veracidad y confiabilidad de la información. Entre las estrategias para mitigar estos riesgos, se identificaron el pensamiento crítico, la verificación rigurosa de datos y la creatividad lingüística como competencias esenciales. Asimismo, se observó que las herramientas de IA carecen de sensibilidad, contexto cultural y criterio ético, aspectos fundamentales para garantizar la calidad informativa. La comparación de titulares evidenció que los textos generados por IA tienden a priorizar la estructura sintáctica y el impacto inmediato, pero omiten matices relevantes y pueden incurrir en ambigüedades o sesgos. La investigación concluye que la IA no sustituye el criterio profesional ni la responsabilidad ética del periodista, y que su integración requiere formación especializada para equilibrar eficiencia tecnológica con rigor periodístico, evitando la desinformación y fortaleciendo la confianza social en los medios.

Palabras clave: Periodismo, inteligencia artificial, ética, verificación, desinformación

Journalism without journalists? The impact of artificial intelligence on the writing of journalistic headlines

ABSTRACT

This study examines the impact of artificial intelligence (AI) on the production of journalistic headlines in Oruro, Bolivia, as well as its ethical and professional implications. Using a mixed-methods approach, structured surveys were administered to 15 active journalists, along with semi-structured interviews and a comparative analysis of headlines generated by AI tools (OpenAI, Wordsmith, Google News AI) versus those written by human professionals. Results show that 86% of respondents perceive AI as useful for streamlining processes, yet potentially capable of progressively replacing journalistic tasks, while 87% believe that its improper use compromises the accuracy and reliability of information. Key strategies identified to mitigate these risks include critical thinking, rigorous fact-checking, and linguistic creativity as essential competencies. Furthermore, AI tools were found to lack sensitivity, cultural context, and ethical judgment—elements fundamental to ensuring news quality. The headline comparison revealed that AI-generated texts tend to prioritize syntactic structure and immediate impact but often omit relevant nuances and may contain ambiguities or biases. The study concludes that AI cannot replace the professional judgment or ethical responsibility of journalists, and that its integration into the newsroom requires specialized training to balance technological efficiency with journalistic rigor, preventing misinformation and reinforcing public trust in the media.

Keywords: Journalism, artificial intelligence, ethics, fact-checking, misinformation

INTRODUCCIÓN

Vivimos en una era en la que la tecnología transforma aceleradamente todos los ámbitos de la vida social. Este avance, aunque beneficioso en múltiples áreas, plantea desafíos complejos cuando penetra en sectores esenciales como el periodismo. Hoy existen sistemas capaces de generar titulares y redactar noticias sin intervención humana, fenómeno denominado *periodismo automatizado*. Surge entonces una inquietud fundamental: ¿qué ocurre cuando la inteligencia artificial (IA) sustituye la labor del periodista? Resulta difícil considerar como periodismo un producto sin el juicio, la experiencia y la ética de una persona detrás de la noticia.

En América Latina, el ejercicio periodístico suele estar condicionado por la inestabilidad laboral, la precariedad salarial y el escaso reconocimiento profesional. A este escenario se suma la amenaza de ser reemplazado por sistemas automatizados, situación que interpela a los estudiantes y profesionales de la Comunicación Social. La necesidad de reflexionar sobre esta transformación no es solo un asunto académico o gremial, sino un reto ciudadano, pues la sociedad requiere información veraz, crítica y con sentido humano.

El filósofo Marshall McLuhan advirtió que los medios tecnológicos, como los periódicos digitales, moldean el entorno social y las relaciones comunicativas, reestructurando patrones de interdependencia y obligando a replantear ideas, acciones e instituciones (Coyo, 2016). En este marco, la ética periodística adquiere un papel decisivo. Según Zarta Rojas (2023), la ética debe ser el rasgo distintivo del nuevo periodismo, incluso con la integración de herramientas de IA. En la misma línea, García (2023) advierte que los medios tecnológicos transforman el sentido de la comunicación humana si no se analizan críticamente, naturalizando prácticas como la sustitución del periodista por máquinas.

En Bolivia, la ausencia de una ley específica que regule el uso de la IA en el periodismo deja un vacío normativo. Aunque existen códigos éticos que promueven la veracidad y la responsabilidad profesional, su aplicación es irregular. Farid (2020) señala que la IA ya puede crear imágenes, audios y videos falsos con gran realismo, difuminando la frontera entre realidad y ficción. Este riesgo es más crítico en Oruro, donde

los medios tradicionales enfrentan limitaciones técnicas y económicas. Hermida (2019) recuerda que, aunque la IA puede procesar grandes volúmenes de datos, solo el periodista humano es capaz de interpretar y contextualizar la información dentro de un marco ético y social.

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo analizar el impacto del uso de inteligencia artificial en la redacción de titulares periodísticos en Oruro, identificando sus implicaciones éticas, profesionales y sociales.

MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para la presente investigación se emplearon entrevistas digitales aplicadas mediante Google Forms, diseñadas a partir del problema planteado. Se realizó una revisión bibliográfica de libros, tesis y artículos científicos, así como el análisis de noticias generadas por inteligencia artificial en plataformas como OpenAI, Wordsmith y Google News AI. Estos textos automatizados fueron comparados con reportajes elaborados por periodistas humanos, evaluando diferencias en lenguaje, estructura, profundidad y estilo narrativo.

MÉTODOS

El estudio adoptó un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas, con el propósito de describir la presencia de la inteligencia artificial en el periodismo y analizar la percepción de los profesionales respecto a su uso.

Se aplicó una encuesta estructurada a una muestra de 15 periodistas de la ciudad de Oruro, seleccionados por su experiencia en medios de comunicación locales. El cuestionario, elaborado a partir de los objetivos de investigación, incluyó preguntas cerradas para obtener datos cuantificables y preguntas abiertas destinadas a recoger opiniones y valoraciones personales. Los ítems se organizaron en dos ejes temáticos: Habilidades necesarias para integrar la inteligencia artificial en el trabajo periodístico y por el otro lado, riesgos éticos y profesionales percibidos ante la posible sustitución de funciones periodísticas —como la redacción de titulares o notas— por sistemas automatizados.

Los datos cuantitativos fueron procesados mediante análisis de frecuencias y porcentajes, mientras que las respuestas cualitativas fueron sometidas a un proceso de categorización temática, identificando patrones recurrentes, discrepancias y posturas críticas en torno al fenómeno estudiado.

RESULTADOS

El análisis comparativo entre textos generados por inteligencia artificial y aquellos redactados por periodistas evidenció que, aunque los primeros presentan una redacción gramaticalmente correcta y estructurada, tienden a ser repetitivos, impersonales y carentes de interpretación contextual. Los encuestados señalaron que la IA "no capta las emociones que genera una noticia" y "no refleja fielmente lo que pasa". Estos resultados indican que, pese a su eficiencia técnica, la automatización no logra reemplazar la mirada humana ni su capacidad de conectar emocional y culturalmente con los hechos.

La totalidad de los 15 periodistas encuestados (100%) reconoció que la IA puede ser útil como herramienta de apoyo en la labor informativa. Sin embargo, el 86,6% manifestó preocupación ante la posibilidad de que su uso excesivo desplace progresivamente el trabajo humano. Comentarios como "puede llegar a reemplazarnos", "se pierde lo aprendido" o "solo quedaremos corrigiendo errores de máquina" reflejan una percepción ambivalente: apertura a la tecnología, pero temor a la sustitución profesional.

Trece de los quince periodistas (86,6%) identificaron la desinformación como el principal riesgo ético del periodismo automatizado. Advirtieron que, si una IA redacta titulares o noticias sin supervisión, existe la posibilidad de tergiversar el mensaje, omitir datos relevantes o generar confusión. Además, señalaron la ausencia de un responsable directo cuando el contenido presenta errores, lo que genera un vacío de autoría y limita la rendición de cuentas.

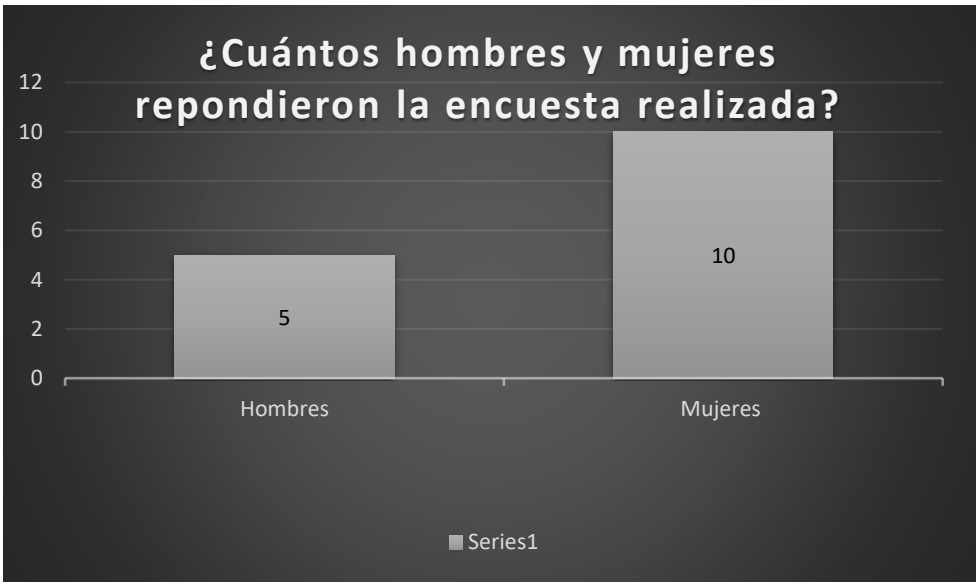
Entre las competencias que los periodistas consideran indispensables para trabajar con herramientas de inteligencia artificial se encuentran:

- Pensamiento crítico.
- Capacidad de discernir entre información veraz y sesgada.
- Manejo eficiente de plataformas digitales.

- Conocimiento profundo del contenido noticioso.
- Innovación y creatividad en el uso del lenguaje.

Estos hallazgos evidencian que existe disposición para integrar la IA en el trabajo periodístico, siempre que se preserve el criterio humano y se fortalezca la formación profesional.

Gráfico n°1. Distribución por género de los periodistas encuestados en Oruro



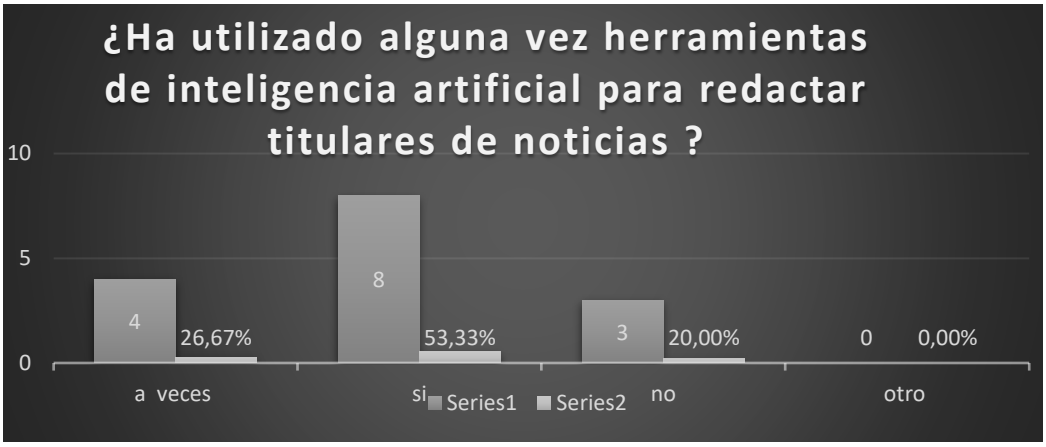
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRES	5	33.33%
MUJERES	10	66.67%
TOTAL	**15**	**100%**

Interpretación

La encuesta evidencia que el 66,67% de los periodistas encuestados son mujeres, mientras que el 33,33% son hombres. Esta distribución refleja que, dentro de la muestra, la participación femenina fue significativamente mayor. No obstante, este resultado no puede extrapolarse como una representación exacta de la población total de periodistas en Oruro, ya que responde a las particularidades del muestreo,

entre ellas la mayor disposición, accesibilidad o respuesta de un género frente al otro durante la recolección de datos.

Gráfico n°2. Uso de herramientas de inteligencia artificial para redactar titulares de noticias en Oruro

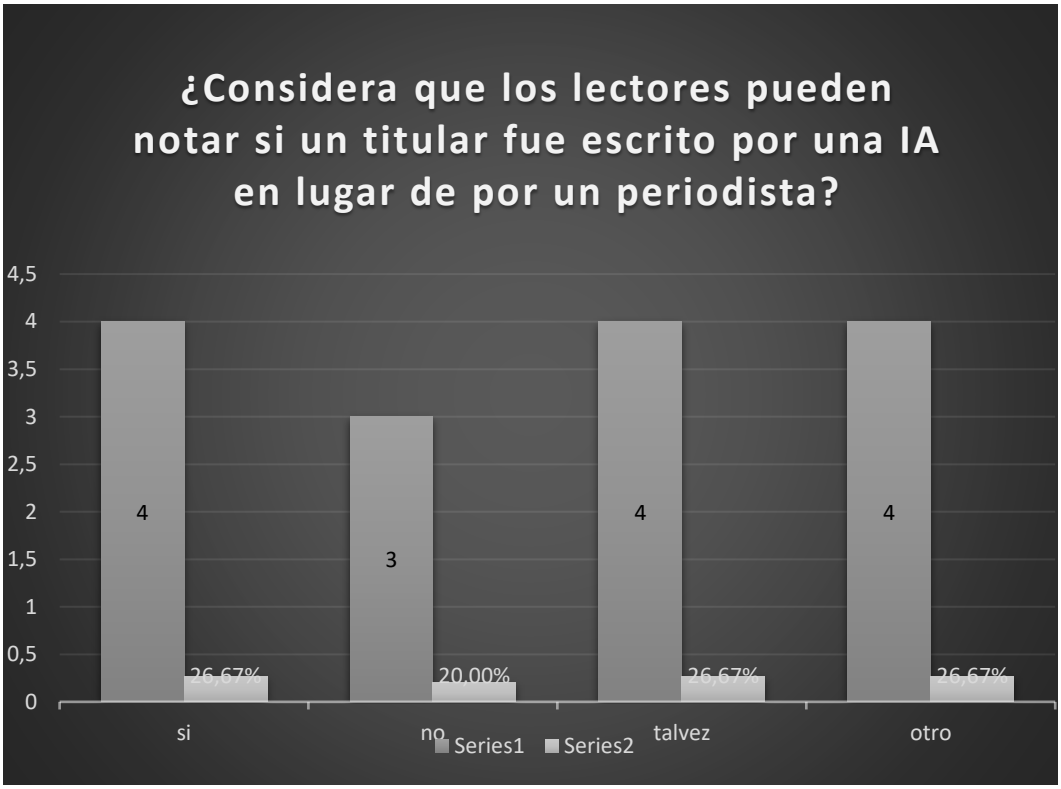


RESPUESTA SOBRE EL USO DE IA PARA REDACTAR TITULARES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A veces	4	26.67 %
si	8	53.33 %
no	3	20.00 %
TOTAL	15	100 %

Interpretación

Los resultados muestran que el 53,33% de los periodistas encuestados en Oruro han utilizado herramientas de inteligencia artificial para redactar titulares de noticias, mientras que un 26,67% lo ha hecho de manera ocasional y un 20,00% no las ha empleado en absoluto. Este hallazgo sugiere que existe una apertura creciente hacia la integración de la IA en el proceso periodístico, especialmente en la fase de elaboración de titulares. No obstante, la presencia de un grupo que no la utiliza refleja tanto la persistencia de métodos tradicionales como posibles reservas frente a su implementación, ya sea por razones éticas, técnicas o de preferencia profesional.

Gráfico n°3



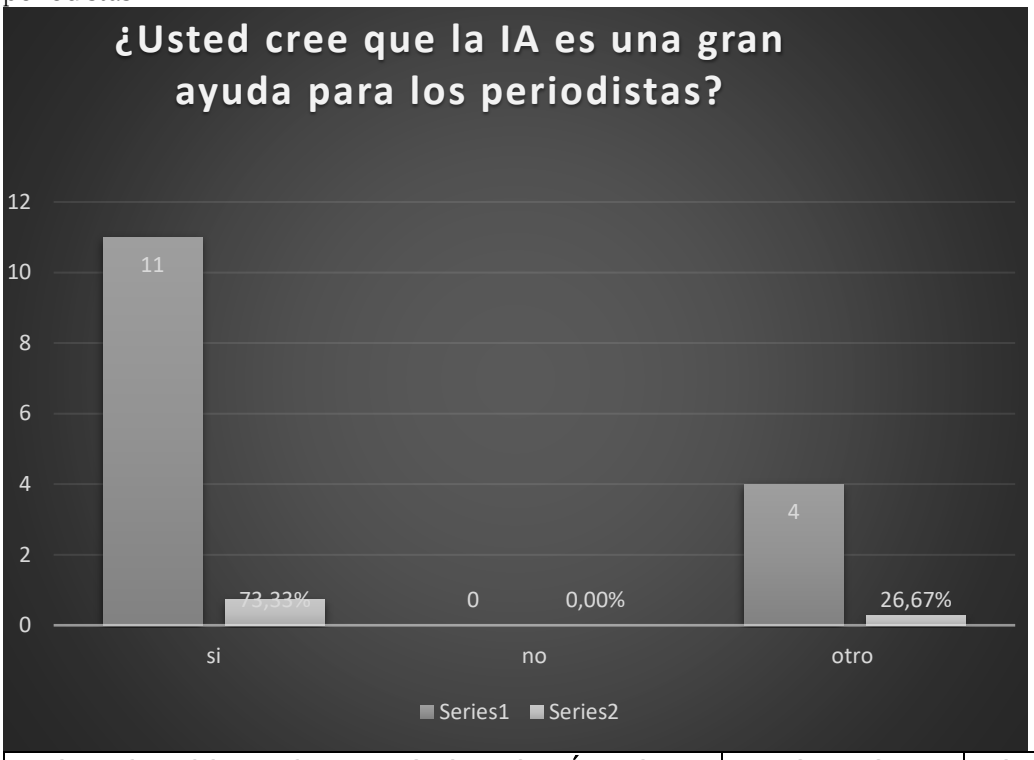
Si	4	26.67 %
No	3	20.00 %
Talvez	4	26.67 %
Otro	4	26.67 %
TOTAL	**15**	**100 %**

Interpretación

Se observa que casi la mitad cree que los lectores, si podría notar esa diferencia entre titulares generados por la IA, que hechos por los humanos en tanto la otra mitad no lo creen y tiene dudas. Lo que nos muestra que existen percepciones divididas están entre los que no lo creen y los que tiene dudas y otros encuestados

optando por el inciso “otro” los cuales indican que es importante discernir y mejorar las opciones que nos da la IA.

Gráfico n°4. Percepción de los lectores sobre la capacidad de distinguir titulares generados por ia y por periodistas



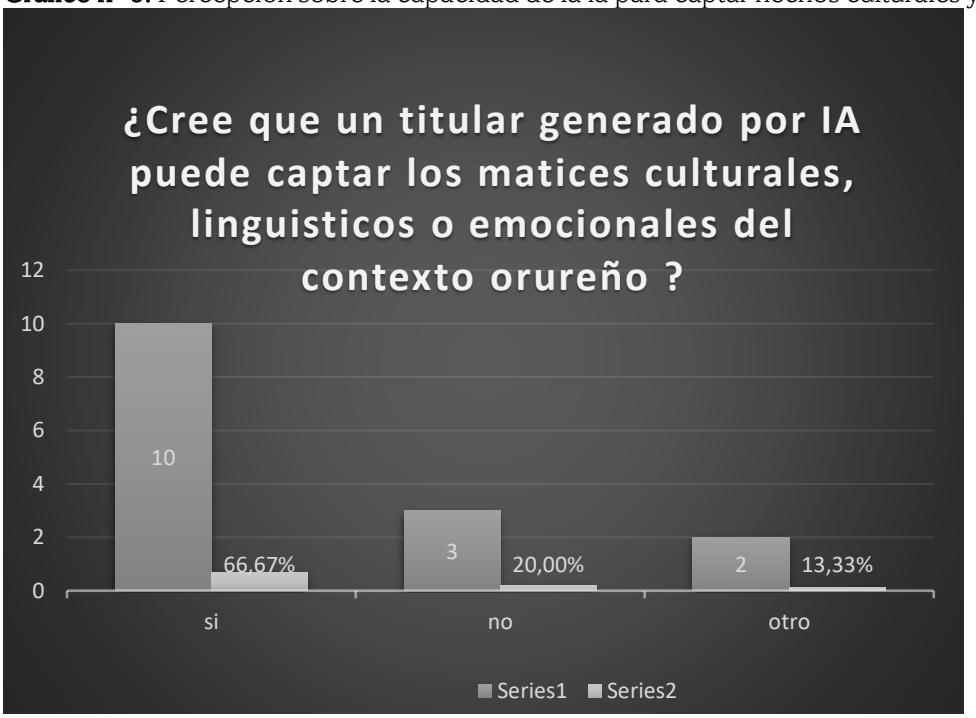
RESPUESTA SOBRE SI EL LECTOR PODRÍA NOTAR LA DIFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	11	73.33 %
No	0	0.00 %
Otro	4	26.67 %
TOTAL	15	100 %

Intrepretación

Los resultados reflejan percepciones divididas entre los periodistas encuestados: un 26,67% considera que los lectores sí podrían identificar la diferencia entre un titular generado por inteligencia artificial y uno escrito por un periodista, mientras que un 20,00% opina que no, y otro 26,67% manifiesta incertidumbre

respondiendo “tal vez”. El 26,67% restante eligió la opción “otro”, señalando que la clave no está únicamente en la capacidad de los lectores para notar la diferencia, sino en la necesidad de que la IA ofrezca opciones más claras, precisas y con un lenguaje que mantenga la calidad periodística. Esta dispersión de opiniones evidencia que el tema genera debate y que no existe un consenso sobre la capacidad del público para detectar la autoría de un titular, lo que plantea un reto tanto para el uso responsable de la IA como para la formación crítica de las audiencias.

Gráfico n° 5. Percepción sobre la capacidad de la ia para captar hechos culturales y emocionales en titulares

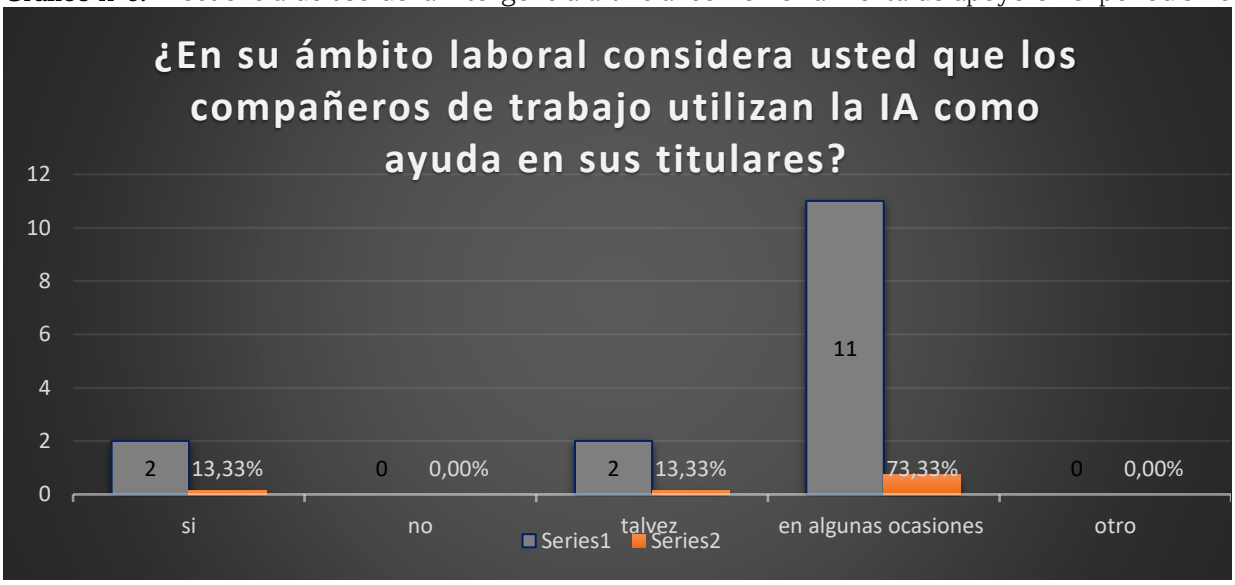


OPINIÓN SOBRE SI LA IA PUEDE CAPTAR HECHOS CULTURALES Y EMOCIONALES EN TITULARES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	66.67 %
No	3	20.00 %
Otro	2	13.33 %
TOTAL	**15**	**100 %**

Interpretación

Los resultados reflejan percepciones divididas entre los periodistas encuestados: un 26,67% considera que los lectores sí podrían identificar la diferencia entre un titular generado por inteligencia artificial y uno escrito por un periodista, mientras que un 20,00% opina que no, y otro 26,67% manifiesta incertidumbre respondiendo "tal vez". El 26,67% restante eligió la opción "otro", señalando que la clave no está únicamente en la capacidad de los lectores para notar la diferencia, sino en la necesidad de que la IA ofrezca opciones más claras, precisas y con un lenguaje que mantenga la calidad periodística. Esta dispersión de opiniones evidencia que el tema genera debate y que no existe un consenso sobre la capacidad del público para detectar la autoría de un titular, lo que plantea un reto tanto para el uso responsable de la IA como para la formación crítica de las audiencias.

Gráfico n°6. Frecuencia de uso de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo en el periodismo



FRECUENCIA DE USO DE LA IA EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	13.33 %
No	0	0.00 %
talvez	2	13.33 %
En algunas ocasiones	11	73.33 %
TOTAL	**15**	100 %

Interpretación

Los resultados muestran que el uso de la inteligencia artificial como recurso de apoyo en el periodismo todavía es moderado. Solo el 13,33% de los encuestados afirma emplearla de manera constante, mientras que un porcentaje idéntico la utiliza de forma ocasional y con dudas. La gran mayoría (73,33%) señala que la emplea únicamente en ciertas circunstancias. Este patrón sugiere que, aunque existe un reconocimiento general de la utilidad de la IA, su adopción plena aún no se consolida. Las posibles razones incluyen resistencia al cambio, desconocimiento de las herramientas o limitaciones en el acceso a tecnología adecuada. El panorama refleja un escenario de transición, donde la IA se posiciona como un apoyo complementario, pero no como un elemento central en la práctica periodística.

Además de las preguntas cerradas que permitieron cuantificar tendencias y opiniones, el estudio incluyó interrogantes abiertas con el fin de explorar en mayor profundidad las percepciones, preocupaciones y sugerencias de los periodistas encuestados respecto al uso de la inteligencia artificial en la redacción informativa. Estas respuestas cualitativas aportan un valor añadido, ya que revelan matices que no siempre se reflejan en los datos estadísticos y permiten comprender con mayor precisión las condiciones y precauciones que los profesionales consideran necesarias para implementar estas herramientas en su labor diaria.

Percepción de riesgos éticos y profesionales ante el uso de ia en titulares

En las respuestas abiertas, los periodistas expresaron de forma reiterada su preocupación por los posibles riesgos que implica delegar la redacción de titulares a algoritmos de inteligencia artificial. Entre los riesgos más mencionados destacan la desinformación, la falta de coherencia, la omisión de datos relevantes y la incapacidad de transmitir emociones o matices contextuales que sí capta un periodista humano.

Varios participantes señalaron que el uso no supervisado de IA podría generar titulares que no reflejen con precisión el contenido de la noticia o que incluso alteren el sentido original de la información, induciendo a error al lector. También se advirtió sobre la posibilidad de que la dependencia excesiva de estas

herramientas pueda afectar el desarrollo y mantenimiento de las habilidades periodísticas adquiridas a lo largo de la formación profesional.

En síntesis, aunque algunos reconocen el potencial de la IA como apoyo técnico, persiste un temor generalizado a que su implementación sin criterios éticos ni conocimiento adecuado derive en una pérdida de calidad informativa y credibilidad periodística.

Que riesgos éticos o profesionales percibe si un algoritmo escribe los titulares en lugar de un periodista

1. La desinformación
2. Falta de coherencia talvez y/o desinformación
3. Desinformación
4. A veces no logran captar las emociones que puede generar en el publico
5. Que no precisamente refleja la noticia
6. Falta de información sobre la noticia y confundir al lector
7. Puede llegar a desinformar y a cambiar la información
8. Puede mal informar
9. Que su estudio fue en vano
10. Desinformación
11. Noticia poco verídica
12. Falta de conocimiento de la noticia
13. Un riesgo serio acostumbrarse a esa ayuda de la IA y perder los conocimientos adquiridos para poder redactar solo
14. Tal vez por el uso de la IA se ven un poco imparciales a la hora de redactar

En este caso, se puede interpretar que los periodistas temen o prefieren no utilizar la inteligencia artificial por el riesgo de que esta genere desinformación y afecte la veracidad de la noticia. Algunos asocian esta reserva con la falta de conocimiento sobre el uso adecuado de la herramienta, lo que les impide percibirla como un apoyo o guía en el ejercicio periodístico.

DISCUSIÓN

Los resultados del presente estudio muestran que la IA comienza a consolidarse como herramienta de apoyo en el periodismo orureño, especialmente en tareas como la redacción de titulares. Sin embargo, esa misma integración genera inquietudes éticas y de profesionalismo entre los periodistas. Esta tensión entre innovación y responsabilidad está en sintonía con la visión de Unai Burguete (2024), quien sostiene que la IA puede complementar el periodismo siempre que se utilice con **ética** y prudencia —no para engañar—, subrayando la necesidad de incorporación en la formación académica para un uso adecuado Cadena SER. Asimismo, el profesor Ramón Salaverría enfatiza que la IA no debe sustituir al periodista, sino fortalecer su trabajo. Resalta el rol esencial del juicio humano para impedir errores graves como la generación de contenido falso o sesgado Cadena SER. Este marco ético coincide con las respuestas de los periodistas encuestados en Oruro, quienes valoran la eficiencia de la IA, pero reconocen que solo la mirada humana puede aportar contexto, sensibilidad y veracidad.

La adopción de la IA en medios, especialmente en automatización de noticias, es parte de una ola más grande de transformación digital. Según un estudio reciente, más del 69 % de los medios locales en EE.UU. ya emplean IA en producción de contenidos, lo que evidencia su expansión, aunque no exenta de desafíos en materialización editorial Frontiers.

No obstante, tanto los autores regionales como internacionales llaman la atención sobre la necesidad de transparencia y responsabilidad. La UNESCO, por ejemplo, estableció lineamientos éticos globales que destacan valores como la dignidad humana, la justicia y la inclusión en el uso de IA Wikipedia. En el ámbito local latinoamericano, la ética en IA requiere fortalecer principios como la autoría, trazabilidad y verificación, elementos que están presentes en la preocupación de tus encuestados.

Sin embargo, es necesario comprender que si bien esta investigación arroja tendencias claras —una apertura activa a la IA junto con precauciones legítimas—, limitaciones como el tamaño reducido de la muestra impiden generalizaciones definitivas. Futuras investigaciones podrían ampliar esta perspectiva a otras regiones de Bolivia o comparaciones internacionales más amplias.

CONCLUSIONES.

El estudio realizado en Oruro, evidencia que la relación de los periodistas con la inteligencia artificial es diversa y refleja distintos niveles de aceptación y adaptación. Algunos profesionales se mantienen en métodos tradicionales, mientras otros muestran reticencia por temor a riesgos, y un grupo emergente utiliza la IA como herramienta complementaria, sin sustituir su criterio profesional.

Estas diferencias sugieren que la integración efectiva de la IA en el periodismo no depende únicamente del acceso a la tecnología, sino de la formación ética, crítica y profesional, así como de estrategias que permitan aprovecharla de manera responsable. En consecuencia, para que la IA se convierta en un recurso que potencie el trabajo periodístico en lugar de desvirtuarlo, es fundamental promover la capacitación continua y la reflexión sobre el rol del periodismo en la sociedad contemporánea.

En síntesis, los hallazgos permiten concluir que la adopción de la IA en el periodismo requiere un equilibrio entre innovación tecnológica y criterios profesionales, asegurando que el periodismo mantenga su relevancia, integridad y aporte.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arteaga, L. E. (2024). *Inteligencia artificial en el periodismo: Innovación, ética y colaboración en la creación y verificación de contenidos. Artificial Intelligence in Journalism: Innovation, Ethics, and Collaboration*, 1120–1139.

Garcia, M. L. (2023). *El desafío digital*. La Paz: Ediciones Granica S.A.

Rojas, F. A., & Zarta, F. A. (2023). *La función de la ética del periodismo en la era digital / The ethical role of journalism in the digital era*, 35–43.

Hermida, A. (2019). The existential predicament when journalism moves beyond journalism. *Journalism*, 6.

Farid, H. (2020, septiembre 30). Expert says detecting deepfakes almost impossible. Entrevista realizada por M. Fernández.

Coyo, A. E. (2016, marzo). *Nuevas formas de transmitir información en Bolivia*. La Paz, Bolivia.

García, G. L. (2015). *Periodismo digital: Redes, audiencias y modelos de negocio*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones.