

# Inteligencia artificial en RTVE al servicio de la España vacía. Proyecto de cobertura informativa con redacción automatizada para las elecciones municipales de 2023

Artificial intelligence in RTVE at the service of empty Spain. News coverage project with automated writing for the 2023 municipal elections

**Luisa Graciela Aramburú Moncada.**

Universidad de Sevilla. España.

[laramburu@us.es](mailto:laramburu@us.es)

[CV]  

**Isaac López Redondo.**

Universidad de Sevilla. España.

[ilopez6@us.es](mailto:ilopez6@us.es)

[CV]   

**Antonio López Hidalgo.**

Universidad de Sevilla. España.

[jltorres@uma.es](mailto:jltorres@uma.es)

[CV]  

## Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Aramburú Moncada, L. G., López Redondo, I y López Hidalgo, A. (2023). Inteligencia artificial en RTVE al servicio de la España vacía. Proyecto de cobertura informativa con redacción automatizada para las elecciones municipales de 2023. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 1-16. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1550>

## RESUMEN

**Introducción:** La redacción automatizada es uno de los avances tecnológicos que más interrogantes despierta, pero también expectativas, dentro de la aplicación de la inteligencia artificial en los medios de comunicación. En la actualidad, RTVE (Radio Televisión Española) trabaja en un proyecto piloto junto a la empresa Narrativa Inteligencia Artificial para cubrir las elecciones de 2023 en los municipios que forman parte de la llamada España vacía. Un proyecto que contempla la escritura automática de noticias a partir de una herramienta tecnológica que interprete y transforme los resultados electorales y los convierta en noticias sin la intervención humana. **Metodología:** El presente trabajo parte de la revisión sistemática de bibliografía existente en torno a la materia que trata y constituye un estudio de caso en el que se han realizado entrevistas abiertas a cuatro de los responsables de las empresas mencionadas. **Discusión y resultados:** Una iniciativa pionera de última generación en la que RTVE, utilizando la tecnología como palanca, pretende incrementar la difusión y el alcance de las noticias en regiones con escasa cobertura periodística. **Conclusiones:** La inteligencia artificial aplicada al periodismo revierte en competitividad, flexibilidad, fluidez y rapidez. Este cambio de paradigma para la profesión debe tener sus límites en un código ético que regule esta innovadora forma de automatizar la redacción. Sin embargo, su uso adecuado permitirá, como en este caso, integrar y vertebrar territorios, con formatos de noticias adaptados a cada destinatario.

**PALABRAS CLAVE:** Inteligencia artificial; redacción automatizada; España vacía; RTVE; innova-

ción; elecciones municipales; narrativas periodísticas.

## ABSTRACT

**Introduction:** Automated news writing is one of the technological advances that raises most questions, but also expectations, within the application of artificial intelligence in the media. Currently, RTVE (Radio Televisión Española) is working on a pilot project together with the company Narrativa Inteligencia Artificial to cover the municipal elections of 2023 in the areas that are part of the so-called empty Spain. A project that contemplates the automatic writing of news by a technological tool that interprets and transforms the election results and turns them into news without human intervention.

**Methodology:** This work is based on the systematic review of existing literature on the subject and is a case study in which open interviews have been conducted with four of the managers of the companies mentioned. **Discussion and results:** A pioneering, state-of-the-art initiative in which RTVE, using technology as a lever, aims to increase the dissemination and reach of news in regions with scarce journalistic coverage. **Conclusions:** The artificial intelligence applied to journalism leads to competitiveness, flexibility, fluidity and fast. This paradigm shift for the profession must have its limits in a code of ethics that rules this innovative way of automating the writing of news. Nevertheless, its proper use will allow, as in this case, to integrate and vertebrate territories, with news formats adapted to each target audience.

**KEYWORDS:** Artificial Intelligence; automated news writing; empty Spain; RTVE; innovation; municipal elections; journalistic narratives.

## CONTENIDO

1. Introducción. 1.1. La España vacía 2. Metodología y objetivos. 3. Discusión y resultados. 3.1. RTVE e Inteligencia artificial: ¿Riesgos u oportunidades? 3.2. RTVE y su experiencia piloto: un robot redactando noticias políticas para la España vacía. 4. Conclusiones. 5. Referencias. 6. Currículum vitae

## CONTENT

1. Introduction. 1.1. The Empty Spain. 2. Methodology and objectives. 3. Discussion and results. 3.1. RTVE and Artificial Intelligence: Risks or opportunities? 3.2. RTVE and its pilot experience: a robot writing political news for the Empty Spain. 4. Conclusions. 5. References. 6. Curriculum vitae

## 1. Introducción

El periodismo camina hacia la robotización en un momento de crisis y de cambios. Las nuevas tecnologías están desatando una metamorfosis en las rutinas de trabajo de los periodistas y generando nuevas narrativas. Todo ello como fruto de la evolución de la llamada inteligencia artificial. Como recuerda Alfonseca (2014), este término fue inventado por John McCarthy en 1956 para dar nombre al campo de la informática que se dedica al estudio y al diseño de máquinas inteligentes. Unos años antes, en 1950, Alan Turing ya trató de definir este concepto a través de la denominada Prueba de Turing, que establecía que si una máquina es capaz de engañar a los seres humanos, haciéndose pasar humana, con la misma facilidad con que un ser humano puede engañar a otro, habría que considerarla inteligente. En el terreno del lenguaje, Alfonseca considera que un ordenador ha de comprender lo que escribe y ser consciente de la situación para poder hablar estrictamente de inteligencia artificial. En cualquier caso, la inteligencia artificial supone una de las renovaciones más drásticas y sorprendentes a las que se enfrenta la profesión desde hace muchos años y ya se ha incorporado en muchas empresas a las rutinas de departamentos como marketing, publicidad, redacción o infografía. Dice Josep Luis Micó (2017) que si los gigantes tecnológicos han apostado por esta tendencia con convicción y fuertes inversiones, también los medios de comunicación deberían intentarlo. Compañías como Alphabet, el conglomerado de negocios en el que está integrado Google, o Apple han llevado a cabo una política de expansión similar en los últimos años, con la compra de firmas dedicadas a la inteligencia artificial. Competidores como Facebook, Intel y Twitter se encuentran algo por detrás con respecto a la absorción de startups, pero también en la misma línea.

La automatización ya no es una posible amenaza para la profesión periodística, sino una realidad de consecuencias casi impredecibles, donde no está claro si beneficiará o perjudicará a quienes hasta ahora han hecho posibles sus rutinas. La posibilidad de que las máquinas reemplacen las labores humanas en este sector aún está lejos. Esta es, al menos, la opinión de Quijje (2017) al referirse a un artículo

publicado por *The Economist* en diciembre de 2017. Dicho artículo fue elaborado con un software que aprendió de artículos anteriores de ciencia y tecnología publicados en la revista. El resultado fue, según dicho autor, reconfortante, absurdo y a veces hilarante: una gran cantidad de palabras científicas fueron fusionadas por el *software*. El autor afirma, además, que la automatización probablemente les dará más trabajo a los periodistas en vez de reemplazarlos.

Parece evidente que los cambios en las rutinas productivas obligarán a los periodistas a definir sus funciones y roles, al no poder competir con algunas de las ventajas que ofrece la escritura automática que ofrece el ordenador, como el bajo coste marginal, la velocidad con la que se pueden escribir los artículos y el amplio espectro de eventos que pueden cubrirse. Sin embargo, como defiende Van Dalen (2012), los periodistas podrán dedicar más tiempo a la investigación y al periodismo en profundidad; frente a los textos mecánicos generados por máquinas, podrán elaborar textos de mayor calidad; además, la escritura automatizada permite a los medios cubrir ciertas noticias que habitualmente no tienen cabida en la agenda, como los pequeños eventos deportivos seguidos por un público minoritario.

Ronderos (2019) recuerda que este denominado “periodismo automatizado” será uno de los fines con los que se utilizará la inteligencia artificial en esta profesión. Se trata, según esta periodista, de elaborar historias a partir de datos. En principio, se utilizaba para informar sobre deportes y noticias financieras. La ventaja es que libera al periodista de otras rutinas y reduce costes. AP utiliza Wordsmith Software para convertir datos financieros en noticias. The Washington Post utiliza tecnología de Heliograf para informar sobre eventos deportivos y campañas electorales.

Existen ya muchos ejemplos de redacción automatizada. El 17 de marzo de 2014, Los Angeles Times publicó este texto:

Un terremoto de magnitud baja 4.7 se ha producido el lunes por la mañana a cinco millas de Westwood, California, según el Servicio Geológico de los Estados Unidos. El temblor ocurrió a las 6.25 AM hora del Pacífico a una profundidad de cinco millas. Según el USGS, el epicentro fue a seis millas de Beverly Hills, California, a siete millas de Universal City, California, a siete millas de Santa Monica, California, y a 348 millas de Sacramento, California. En los últimos diez días, no ha habido terremotos de magnitud 3.0 o mayor. Esta información proviene del Servicio de Notificación de Terremotos del USGS y esta publicación fue creada por un algoritmo (Rodríguez, 2018).

Las 111 palabras de este texto fueron obra de un robot. Ken Schwencke, periodista y programador de Los Angeles Times, el cuarto periódico con más ventas de EE UU, sintió el terremoto a las 6.25 de la mañana. Se levantó rápido de la cama, cuenta el teletipo, y fue corriendo a su ordenador. Se conectó al sistema de gestión de contenidos del periódico y encontró escritas las 111 palabras. Echó un vistazo al texto y presionó *publicar*. Y así fue como este diario se convirtió en el primer medio de comunicación que informó sobre el terremoto. El algoritmo, llamado Quakebot, había tardado solo tres minutos en escribir la noticia (Rodríguez, 2018). Pero Quakebot no es capaz por sí mismo de escribir noticias. Está programado para seleccionar datos relevantes de algunos informes, en este caso del Servicio Geológico de los Estados Unidos. Después los incluye en una plantilla escrita previamente. Más tarde, la noticia, ya en el sistema de gestión de contenidos del diario, queda pendiente de revisión y publicación por parte de un periodista. Este proceso se conoce como periodismo automatizado. Quakebot no evalúa el daño que provocó sobre el terreno, no puede entrevistar a expertos y tampoco puede discernir la notoriedad de los diferentes aspectos de la historia. Pero solo es cuestión de tiempo. De hecho, Ken Schwencke, creador del algoritmo para redactar, ya señalaba en 2014 que se trataba solo de algo complementario y que jamás sustituiría por completo la labor de un redactor.

Otro ejemplo de apuesta por estas tecnologías emergentes es la herramienta Lynx Insight, que analiza los datos de Thomson Reuters para identificar hechos y potenciales artículos financieros. La citada herramienta trabaja con un *software* de generación de lenguaje capaz de redactar titulares y crear oraciones estructuradas en plantillas. Los artículos resultantes son de gran utilidad para su base de clientes, ya que en milisegundos ofrecen datos financieros vitales para sus intereses. A partir de ellos, los redactores también pueden elaborar sus textos o iniciar sus investigaciones. Por otro lado, el programa Reuters News Tracer ha posibilitado que los periodistas ganen entre ocho minutos y una hora de ventaja sobre otros medios al informar sobre noticias de última hora. Sin embargo, todavía las má-

quinas escriben malas historias, según Reginald Chua, editor ejecutivo de Reuters para operaciones editoriales. Por ello, la agencia prueba operaciones híbridas, en las que el robot realiza la operación de tratamiento de datos y el periodista redacta artículos con la base facilitada por la Inteligencia Artificial. Los redactores también son necesarios para identificar el interés periodístico de los hechos. En efecto, las máquinas no comprenden el contexto ni los matices, ni cómo lograr que los lectores se involucren con las historias, según Chua (Garciamartín, 2018).

Christer Clerwall, de la Universidad de Karlstad, en Suecia, llevó a cabo un estudio para medir la impresión del público acerca de la calidad y el nivel de aceptación de los textos producidos con *software* de escritura automática. Dicho estudio ponía de manifiesto las dificultades de los lectores a la hora de identificar la autoría de los textos. Como parte del procedimiento, la autoría de cada escrito quedaba oculta y se preguntaba a los lectores cuestiones relacionadas con la calidad, la credibilidad y la objetividad que percibían en los mismos. Como resultado, los textos redactados por periodistas humanos recibieron una mayor puntuación en coherencia, calidad de la escritura, claridad y legibilidad, mientras que el texto generado por el *software* fue considerado más descriptivo, informativo, creíble y objetivo. Los encuestados no fueron capaces de distinguir la autoría de los textos (Clerwall, 2014).

La empresa Automated Insights trabaja, desde el año 2000, con realidad aumentada para desarrollar el sistema informático Wordsmith, un *software* capaz de crear textos en prosa basados en datos. Primero empezó a escribir pequeñas piezas de periodismo deportivo, basadas en datos y estadísticas, y después se expandió a otros ámbitos, como las finanzas, que le permitió alcanzar un acuerdo con Associated Press en 2014 para producir pequeños textos sobre esta materia. Fernández Barrero (2021, p. 77) apunta que Automated Insights se sirve de la plataforma Wordsmith, un redactor ultrarápido capaz de producir 4.400 noticias por trimestre, multiplicando así por 14 la producción de noticias de finanzas, con una extensión de entre 150 y 300 palabras. Se trata de un texto aparentemente escrito por un ser humano que contiene una nota al final en la que se deja constancia de que ha sido escrito por un algoritmo.

Fernández Barrero sostiene que la aplicación de la escritura automática se encuentra todavía en una fase experimental. Por otro lado, la aplicación de la Inteligencia Artificial a la robótica humanoide tampoco ha alcanzado los resultados deseados, de manera que lejos de los temores iniciales de los periodistas acerca de un desplazamiento en sus funciones, estas tecnologías están por el momento liberando a los profesionales de la información de procesos mecánicos y dejando espacio para el desarrollo de la creatividad un marco con el que por el momento la mecanización no puede competir (Fernández Barrero, 2021, p. 92). Sin embargo, hay quienes ven más eficaz y satisfactorio para los trabajadores la redacción automatizada de noticias, alertando sobre la pérdida de puestos de trabajo, pero coinciden en la generación en la generación de nuevos perfiles profesionales y, también, de una reconversión del profesional de mero redactor a supervisor o editor de textos (Segarra-Saavedra et al., 2019). Igualmente llamativo es el hecho de que no haya una conciencia clara entre los profesionales del periodismo de que la generación de noticias a través de algoritmos ha dejado de ser una posibilidad para convertirse en una realidad. Muchos periodistas desconocen que algunos medios y agencias internacionales ya han sustituido a sus redactores por aplicaciones informáticas para elaborar los contenidos que transmiten a sus audiencias (Túñez-López et al., 2018).

La empresa española Narrativa Inteligencia Artificial, constituida en el año 2015, tiene su sede principal en Estonia y dos importantes centros de operaciones en Madrid y Dubai, desde donde realiza proyectos *ecommerce*. Se trata de la única empresa española que redacta textos periodísticos a través de un software, Gabriele, para distribuirlos a diferentes medios de comunicación. El producto y los formatos utilizados por Narrativa Inteligencia Artificial reflejan el cambio cultural y tecnológico que está atravesando la industria mediática. Desde su puesta en marcha, esta empresa ha personalizado sus servicios para generar y capturar valor y responder a las demandas de diferentes compañías e industrias que se ocupan de la sobrecarga de datos, como el sector financiero, el comercio electrónico, los bienes raíces, el sector sanitario y el de las telecomunicaciones. En el ámbito de los medios de comunicación ha generado noticias automatizadas para medios como El Confidencial, Sport, El Periódico, El Independiente, 20 Minutos, El Heraldo, La Información y MediaPro, además de colaborar en el ámbito internacional con la agencia Associated Press para la redacción conjunta de textos (Ufarte Ruiz y Manfredi Sánchez, 2019).

De la mano de Narrativa Inteligencia Artificial, Radio Televisión Española llevará a cabo un proyecto

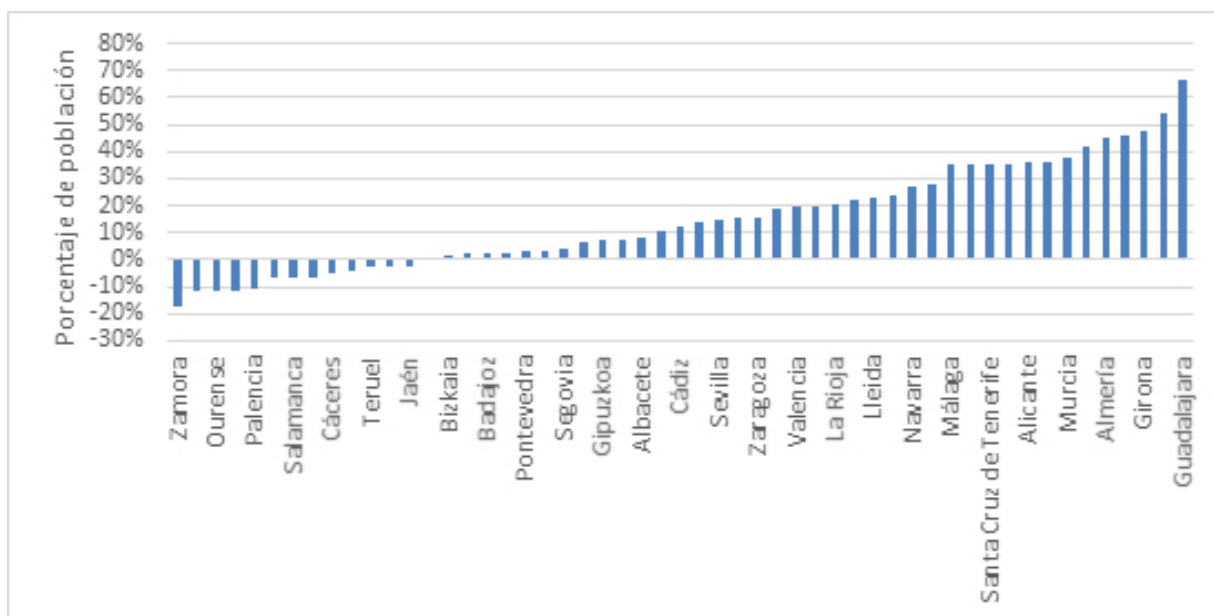
piloto para cubrir las elecciones municipales de 2023 que consistirá en la generación automatizada de noticias sobre esta temática. El objetivo es atender la demanda de información de las pequeñas localidades englobadas dentro de la llamada España vacía, habitualmente alejadas de los focos de atención mediática.

### 1.1. La España vacía

España ha sido un país eminentemente rural hasta bien entrado el siglo XX. En menos de veinte años, las ciudades duplicaron y triplicaron su tamaño, mientras vastísimas extensiones del interior que nunca estuvieron muy pobladas se terminaron de vaciar y entraron en el ciclo del declive rural. Entre 1950 y 1970 se produjo el éxodo a la ciudad. En muy poco tiempo el campo quedó abandonado. Miles de aldeas desaparecieron y otras miles quedaron como residencias de ancianos, sin ninguna actividad económica y sin los servicios más elementales (Del Molino, 2016). Esa España despoblada, generalmente rural y anclada al interior de la geografía, reclama infraestructuras y mantener su forma de vida (Vega, 2019). Es la llamada “España vaciada” o “España vacía”.

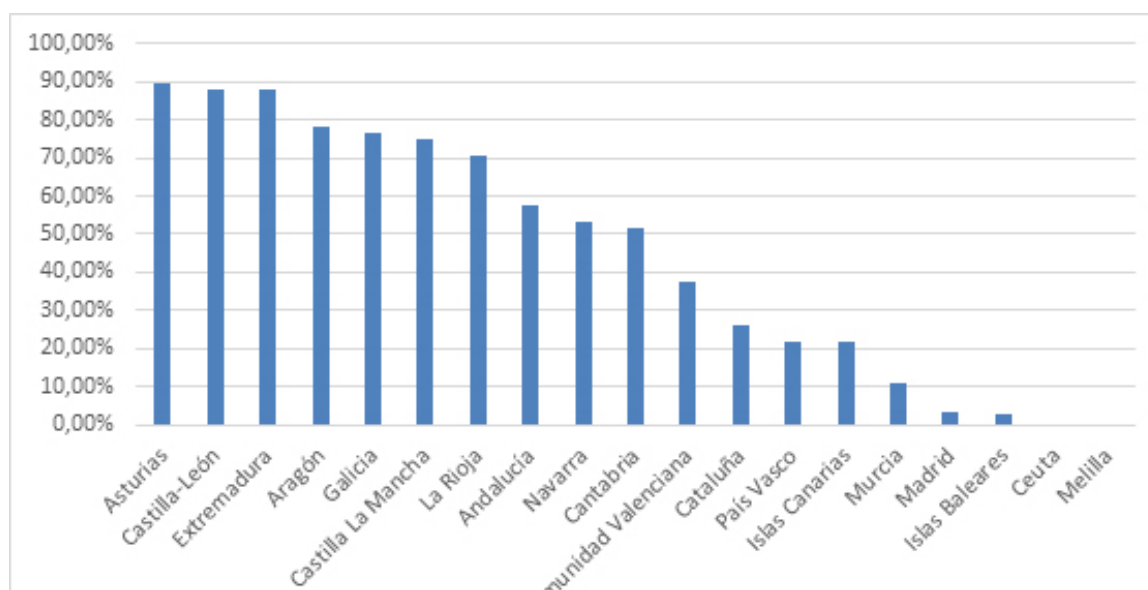
La España vacía es un territorio extenso que no tiene ciudades. En su versión más restrictiva se extiende por 268.083 kilómetros cuadrados sin costa y con una notable elevación sobre el nivel mar. Ocupa más de la mitad del total de España, el 53% del territorio. En ella viven 7.317.420 personas, lo que supone el 15,8% de la población española. Dicho de otro modo, la población española se reparte muy desigualmente: está muy concentrada en unos pocos puntos y es casi inexistente en una gran parte del país (Del Molino, 2016).

En este fenómeno demográfico confluyen, por una parte, una baja tasa de crecimiento vegetativo de la población, y por otra, el abandono de núcleos poblacionales de la población activa que no encuentra oportunidades de empleo en las mismas. Este hecho, unido al aumento de esperanza de vida de los habitantes, está provocando una decadente y lenta agonía de municipios y localidades en los que la población joven se desplaza hacia zonas con “más oportunidades”, mientras que las personas de mayor edad se quedan ancladas en dichas áreas, que caen, no solo en el despoblamiento sino también en el olvido.



**Gráfico 1:** Provincias que han ganado y perdido población (en porcentaje) durante el periodo 1996-2020.  
**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Este fenómeno, como se observa en los gráficos 1 y 2, se está produciendo con mayor intensidad en las comunidades autónomas del Norte de España, sesgándose principalmente hacia Castilla-León, Asturias, Galicia, Extremadura o Aragón. La población que abandona estas áreas termina desplazándose hacia áreas costeras o grandes urbes.



**Gráfico 2:** Porcentaje de municipios de cada comunidad autónoma que han perdido población (en porcentaje) durante el periodo 1996-2020.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Por ello, convertir estas zonas en centros de información y acercar los acontecimientos noticiosos, puede contribuir a una mayor integración de las mismas dentro del territorio español, lo que puede llevar al periodismo a desarrollar su función social mediante una mayor vertebración del territorio. Este es el propósito del mencionado proyecto que RTVE llevará a cabo en 2023 con motivo de la celebración de las elecciones municipales, y cuyas posibles repercusiones serán objeto de estudio y análisis en las siguientes líneas.

## 2. Metodología y objetivos

El diseño metodológico de esta investigación parte de la revisión sistemática de la literatura científica existente en torno a la Inteligencia Artificial aplicada a los medios de comunicación y, particularmente, a todo cuanto rodea a la escritura automatizada en las redacciones, así como un acercamiento a la realidad de la llamada España vacía o vaciada, lo que ha permitido conocer las principales aportaciones al estado de la cuestión.

El presente trabajo constituye un estudio de caso de carácter cualitativo en el que hemos empleado la denominada estrategia “Homer Simpson” (Santana Leitner, 2013, p.135), donde el objetivo es analizar con detalle un caso típico, medio o estándar de modo que los resultados sean aplicables a un amplio abanico de casos. El interés se centra en el proyecto piloto de RTVE (Radio Televisión Española) para cubrir las elecciones municipales de 2023 en localidades de poca población, en el que ya se encuentra trabajando con el apoyo de la empresa Narrativa Inteligencia Artificial. Dicho proyecto contempla la generación o escritura automática de noticias en las pequeñas localidades de la llamada España vacía a partir de una herramienta tecnológica que interprete y transforme los resultados electorales y los convierta en noticias sin la intervención humana. El objetivo es cubrir la información de aproximadamente cinco mil municipios españoles cuya población no supere los mil habitantes.

Más allá del objetivo general de conocer el funcionamiento del proyecto planteado por RTVE, el presente trabajo plantea una serie de objetivos relacionados con la aplicación de la Inteligencia Artificial en el caso particular que nos concierne en estas páginas. Son estos:

- Describir los beneficios y los efectos negativos de la aplicación de la Inteligencia Artificial en las rutinas de trabajo del ente público.
- Analizar su viabilidad económica y técnica.
- Describir el contenido informativo que se generará dentro de este proyecto y evaluar su impacto en la población de las pequeñas localidades que conforman la España Vacía.

Dentro de la investigación hemos llevado a cabo cuatro entrevistas abiertas o no estructuradas. En este sentido, el 22 de octubre de 2021 entrevistamos a David Llorente, gerente general de Narrativa; el 28 de octubre entrevistamos a Pere Vila Fumás, Director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital de Radio Televisión Española; el 3 de noviembre entrevistamos a Cristina Blanco González, Customer Success Manager de Narrativa; y, por último, el 4 de noviembre de este mismo año entrevistamos a Alberto Moratilla, CTO de Narrativa.

### 3. Discusión y resultados

#### 3.1. RTVE e Inteligencia Artificial: ¿Riesgos u oportunidades?

La irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) en los medios de comunicación se hace cada vez más evidente. Su utilización en las salas de redacciones va introduciéndose paulatina y progresivamente, pero sin duda, con grandes expectativas. Radio Televisión Española (RTVE) inició en 2015 un programa de investigación sobre la innovación del periodismo audiovisual, centrado en indagar las oportunidades que ofrecen los diversos sistemas basados en el procesamiento inteligente de la información.

Y es que RTVE busca ser pionera en proyectos de investigación con la utilización de esta nueva tecnología aplicada a los informativos (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021). Los proyectos se apoyan en grupos de trabajo multidisciplinares que aúnan tanto el conocimiento periodístico a través de estudiantes y profesores como el know-how de expertos en procesos de Inteligencia Artificial. Aunque el proyecto tiene una base de investigación teórica, su propósito es aplicarlo al mundo periodístico. Estudios pero también exploraciones. Las investigaciones, que datan de hace seis años, están siendo desarrolladas de la mano de la Universidad, a través de cátedras conjuntas sobre métodos y sistemas de innovación, dentro del nuevo marco de la sociedad de la información. Así nace la Cátedra RTVE-UAB (con la Universidad Autónoma de Barcelona) y la creación de un observatorio para la Innovación de los Informativos en la Sociedad Digital (OI2).

El ingeniero Pere Vila Fumás, director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital de Radio Televisión Española, defiende que la Inteligencia Artificial es algo más importante y profundo que un simple robot que va redactando noticias. Sostiene que para RTVE constituye herramientas diferentes e independientes unas de otras que van entrando dentro de la publicación de la casa y que contribuyen a agilizar y optimizar el trabajo periodístico: “Estamos monitoreando diferentes fases de la Inteligencia Artificial en la medida que es posible y las vamos integrando poco a poco al ritmo de las labores informativas de los periodistas. Son herramientas que contribuyen no solo a hacer el trabajo con mayor rapidez sino también con mayor eficiencia” (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Vila detalla que iniciaron estos proyectos explorando lo que hay en el mundo científico, tecnológico y periodístico sobre IA. Dentro de la tecnología han investigado minuciosamente las bases de sus procedimientos así como sus métodos, y dentro del periodismo con qué criterios se están aplicando esos sistemas, qué es lo que está pasando y cuál es la opinión que está generando su aplicación entre los periodistas. Su segundo paso fue conocer las empresas que a nivel mundial están ofreciendo estos servicios, localizarlas y tratar de tener descriptivos. Posteriormente, pasaron a un plano de indagaciones buscando los medios de comunicación que estaban utilizando estas herramientas y analizaron los casos de éxito y los fracasos. El penúltimo paso de estos proyectos es ver su viabilidad y aplicación dentro de sus informativos para, finalmente, diseñar su incorporación a las redacciones audiovisuales de RTVE. De ahí que esta corporación busque aplicar un plan piloto en los comicios electorales de 2023, usando la IA dentro de la cobertura de noticias políticas en municipios españoles con menos de mil habitantes.

La automatización de noticias es un sistema que rápidamente suscita la preocupación entre los profesionales de la información. Sus detractores sostienen que es un instrumento que generará el despido de muchos periodistas y sus defensores que contribuirá a agilizar la labor periodística (Graefe, 2016; Hansen et al., 2017; Cerezo, 2018; Fernández Barrero, 2018). En todo caso, ya existen noticias en el mundo producidas por IA (Lewis et al., 2019) y es la primera vez que un medio de comunicación español va a ofrecer las noticias de resultados electorales de lugares donde nunca antes fueron difundidos por un medio de comunicación. El director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital de RTVE defiende el proyecto:

Pienso que las televisiones no podemos ser ajenas a las nuevas realidades. Hay dos aptitudes fatales: una es pensar que no pasa nada y otra es pensar que te va a salvar la vida. Yo creo que no pasa ni una cosa ni otra. Sino simplemente lo que tienes que hacer es estar atento, conocerla, entenderla y en la medida que te sea útil implementarlas (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

### 3.2. RTVE y su experiencia piloto: un robot redactando noticias políticas para la España vacía

La automatización de las noticias con algoritmos inteligentes es una de las nuevas herramientas que introduce la IA en el siglo XXI. Además, la innovación tecnológica en el periodismo se ha vuelto fundamental (Küng, 2013). Incluso, se ha demostrado que el no presentar una innovación consistente distancia de los públicos (Posetti, 2018). De ahí la iniciativa de RTVE de implementar un sistema de IA para la elaboración de noticias.

Esta innovación consistirá en una experiencia piloto que se llevará a cabo en las elecciones municipales del año 2023, se centrará en localidades de poca población, y perseguirá el objetivo de la cobertura periodística de dicho evento a través de procesos de IA generados a partir de los datos electorales suministrados por fuentes oficiales de información. Se trata de un proyecto de investigación aplicada, en el que ya se encuentra trabajando RTVE, y que cuenta con el apoyo de la empresa española Narrativa Inteligencia Artificial S.L. Una *start-up* especializada en la generación de lenguaje natural que ya ha colaborado con medios como Agencia Efe, Diario Sport y El Confidencial.

Dentro del proyecto, esta *start-up* pondrá a disposición de RTVE su tecnología de inteligencia artificial para la creación de narrativas. La generación o escritura automática de noticias en las pequeñas localidades de la España profunda busca que la herramienta tecnológica interprete y transforme los resultados electorales y los convierta en noticias sin la intervención humana. El objetivo es cubrir la información de aproximadamente cinco mil municipios, a lo largo del territorio español, cuya particularidad sea que cuenten con un máximo de mil habitantes. En este plan piloto, la Corporación del Estado tiene involucrados a siete profesionales entre técnicos y periodistas mientras que Narrativa, por su parte, ofrece cinco miembros de su equipo, entre los que se encuentran ingenieros de Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN), expertos en contenidos automáticos y desarrolladores.

El director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital destaca que su departamento está focalizado en ofrecer soporte desde la Universidad al proyecto de redacción automática de textos periodísticos. Ver la posibilidad de tener 10, 12, 15 narraciones diferentes de los hechos, para que no sean siempre la misma historia. Que las narrativas sean de muchas maneras y con variados matices. Dominar estas nuevas técnicas para conocer las posibilidades que hay detrás de unas cuantas historias estándar y cómo se puede aprovechar el máximo beneficio que ofrece este sistema para cubrir ya no solo las elecciones, sino también presentar temas de utilidad para sus habitantes:

Por ejemplo, informando que mañana va a llover... pero deberíamos saber que esa población hace mucho tiempo que está esperando el agua: y por tanto la historia allí es “¡por fin va a llover, mañana!”. Pero esa misma lluvia puede estar situada en un lugar donde hace días que está lloviendo y cuya población está harta de tanta lluvia. El mensaje debe ser diferente: ¡Menudo desastre, mañana vuelve a llover! (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Por su parte y en la misma línea, Carmen Pérez Cernuda, subdirectora de Estrategia Tecnológica y Digital de RTVE, destaca las posibilidades que ofrece este plan piloto en medio de poblaciones a las que hasta ahora, no habían podido atender con informaciones que desarrollaran sus preocupaciones e intereses: “Hará posible la llegada de noticias más real y centrada en las que verdaderamente interesan a los usuarios de la llamada España vaciada” (Corral, 2021).

Así lo entiende RTVE con la puesta en práctica de un proyecto piloto de automatización de noticias en municipios pequeños en las elecciones del año 2023. Este proyecto tiene dos objetivos fundamentales: acercar la información política a poblaciones nunca antes atendidas por el periodismo y facilitar la labor periodística de los profesionales de esta casa de comunicación ofreciéndoles mayor tiempo y recursos para la creación de contenidos propios o de mayor calidad:



El enfoque de este proyecto está encaminado a ofrecer una cobertura periodística nunca antes vista. Tendremos, gracias a la IA, acceso para llegar a informaciones impensables en otros tiempos, ya que no contamos con el personal necesario para cubrir todo el territorio de España. RTVE cuenta con 1.800 periodistas que redactan semanalmente miles de noticias para radio, televisión y para los nuevos soportes digitales. La redacción de textos es una parte esencial del trabajo que realizamos y este sistema permitirá acercarnos a una población que por primera vez tendrá acceso a informaciones propias de su localidad. Temas que cuentan con el mismo derecho a ser cubiertos e informar sobre ellos como se hace con otros sucesos. Esto es un hecho relevante en el sector audiovisual (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Pere Vila sostiene que, además, este piloto contribuirá a que el personal de este canal experimente, aprenda y se forme dentro de la irrupción de esta tecnología a lo largo de los treinta meses en que se ha planteado su desarrollo. Existen tres importantes momentos o etapas dentro del desarrollo de este sistema que está a cargo de la Dirección de Innovación y Planificación Tecnológica. La primera etapa tiene que ver con el diseño conceptual que tendrán las noticias, la segunda etapa con la elaboración de la estructura del producto y la tercera etapa tiene que ver con el estilo que presentarán los textos. La idea es que las informaciones no sean frías ni repetitivas, sino que más bien guarden una singularidad que las haga diferentes a las noticias grises que suelen presentar los robots: “Una de las prioridades dentro de esta innovación es descubrir nuevos usos y aplicaciones para estar a la vanguardia de las innovaciones tecnológicas” (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Vila afirma que esta investigación aplicada, para RTVE, busca alcanzar cinco principales objetivos. Primero, el conocimiento del estado, la aplicación real y el resultado en la práctica de la utilización de la generación automática de noticias. Segundo, ofrecer un servicio nunca antes proporcionado por un medio de comunicación en España encaminado a generar contenidos de mayor relevancia y sensibilidad social mejorando aspectos informativos enfocados a la España vaciada. Tercero, formar dentro de la corporación televisiva un grupo interdisciplinar conformado por técnicos y periodistas que terminen siendo especialistas en el uso de inteligencia artificial dentro del ámbito del periodismo. En cuarto lugar, buscar integrar las diversas tecnologías, ya que están convencidos de que tendrán una incidencia muy importante y pueden ser determinantes en el futuro del sector; y, finalmente en quinto lugar, situar a Radio Televisión Española en el mapa de la Inteligencia Artificial aplicada por importantes medios de comunicación a nivel mundial:

La idea no es solo que el usuario de un pueblo reciba la noticia de los comicios municipales de su localidad de una manera rápida, sino que también pueda tener acceso a una imagen, una foto, gráficos y que además pueda oírla a través de la voz de uno de nuestros presentadores de noticias en esa localidad. Ya estamos en conversaciones con ellos y hay varios interesados en prestar sus voces al proyecto. Además, queremos que tengan acceso a la información de otros pueblos en el que tienen familia, amigos, etc. Y que les interese leer o escuchar. Qué, además, las noticias cuenten con módulos conectados a las redes sociales. Acercar la tecnología al periodismo y sus beneficios también a todos sus habitantes. Una de las funciones fundamentales que debe ejercer Radio Televisión Española es ofrecer a todas las poblaciones la posibilidad de exponer sus temas (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Temas e informaciones que no suelen ser tratados por los periodistas de la corporación y que ahora, la dirección de Innovación y Tecnología busca generar en cuestión de minutos. Con la puesta en marcha de este piloto no solo quieren proporcionar una mayor cantidad de noticias sino ofrecer una mayor calidad de información para los pobladores de esas zonas. Las noticias generadas automáticamente suelen parecerse mucho y RTVE está trabajando para evitar que eso suceda, haciendo que se incorpore una ingente cantidad de informaciones y sus periodistas supervisen cuidadosamente el material para ayudar al sistema a proporcionar informaciones únicas. Además, Vila subraya: “No es una economía de sustitución, es economía de producción de algo que no podemos estar haciendo. Hay aspectos de economía pero hay aspectos de factibilidad” (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Por su parte, Cristina Blanco González, *Customer Success Manager* de Narrativa Inteligencia Artifi-

cial, destaca que su empresa pone a disposición de RTVE una herramienta de generación de artículos periodísticos basados en datos, utilizando las últimas técnicas de Inteligencia Artificial que permite la generación de grandes volúmenes de textos personalizados. Informaciones que no se podían ofrecer con anterioridad, ya que era inviable realizar una cobertura adecuada en cinco mil municipios pequeños utilizando medios tradicionales por una mera cuestión de capacidad.

Ahora es posible no sólo que cada uno de los municipios de España disponga de un artículo informativo sobre el resultado de las elecciones, sino que los ciudadanos de esas localidades tengan en tiempo real, cada uno de los avances del escrutinio que se realizará la noche electoral, lo que supone la generación automática de decenas de miles de artículos en un lapso de unas pocas horas (Blanco González, C., comunicación personal, 3 de noviembre de 2021).

El proyecto tiene planificado que durante los dos años y medio en los que se lleven a cabo los trabajos previos, se realicen un mínimo de tres pruebas en tiempo real que demuestren su correcta aplicación en coberturas periodísticas. Precisamente, en las elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021, celebradas el 4 de mayo, realizaron el primer ensayo. RTVE y la empresa Narrativa contaron con la colaboración de la Comunidad Autónoma de Madrid, el Ministerio del Interior y Minsait para la base de datos. El ensayo se inició a las 20:00 horas y las primeras noticias se publicaron a las 20:37, mientras que las últimas informaciones salieron a las 00:39 del día siguiente. Durante esas cuatro horas generaron cerca de 2.600 noticias con 77 tandas de ficheros disponibles. Blanco González destaca la experiencia:

Tuvimos conversaciones con Indra, la empresa responsable de proveer los datos, y asistimos a pruebas técnicas que se organizaron los días previos a los comicios. Los resultados fueron positivos, pues estuvimos generando cientos de narrativas durante el escrutinio municipal. Fue un excelente punto de partida para nosotros y nos ayudó mucho a comprender la complejidad de lo que teníamos entre manos. Desde esa prueba, nuestro objetivo es mejorar el producto final mucho más e incrementar su atractivo (Blanco González, C., comunicación personal, 3 de noviembre de 2021).

La empresa Narrativa, que colabora con RTVE en el proyecto de generación automática de noticias para las elecciones municipales de 2023 en poblaciones de menos de mil habitantes, es reconocida internacionalmente por la generación del lenguaje natural, única empresa del país que redacta textos periodísticos para otros medios de comunicación (Ufarte Ruiz y Manfredi Sánchez, 2019), gracias a un *software* denominado Gabriele. Esta tecnología permite la generación de lenguaje natural a partir de datos estructurados y procesables como ficheros binarios, bases de datos, datos numéricos, etc. Entre sus funciones están no solo leer los datos, sino también analizar y extraer la información, alimentándose de noticias parecidas es capaz de crear narraciones en lenguaje natural, agregando un importante contexto y palabras de estilo para el idioma con los tonos locales, ofrecidos automáticamente y en tiempo real. Gabriele se nutre de miles de textos de fuentes fiables, los procesa y elige los más relevantes. El sistema puede ofrecer dos servicios: noticias que se publican de manera automática y un tipo de contenido basado en una plantilla básica de datos, que el periodista puede complementar y editar fácilmente.

Este sistema de generación de textos permite ser configurado para que cada uno de los artículos tengan un estilo similar a los que escribiría un periodista. Para ello se realizarán tareas de ajuste, basadas en técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP en sus siglas en inglés), sobre artículos escritos por profesionales en el pasado. Para extraer titulares, técnicas de redacción, narraciones, expresiones y otras construcciones relevantes que representen un estilo de escritura como lo haría un periodista de RTVE.

David Llorente, gerente general y fundador de Narrativa, afirma que el *software* tiene una forma rápida de aprender y eso puede contribuir a fidelizar determinadas audiencias, que de otra manera jamás se alcanzarían:

El ingreso de modelos narrativos es muy importante. Una vez que se alimenta a Gabriele con noticias de comicios electorales analiza y extrae su estructura, graba las frases, las clasifica por temas y aprende el estilo. Luego es capaz de relatar de manera automática miles de textos (Llorente, D., comunicación personal, 22 de octubre de 2021).

---

David Llorente sostiene que la utilización de la generación automática de noticias en el proyecto piloto de RTVE va a demostrar los grandes beneficios que ofrece este sistema al periodismo y que las máquinas hacen trabajos complementarios. De esta manera el profesional de la información puede realizar labores más cualitativas y complejas: “Los periodistas podrán dedicarse a hacer su trabajo en temas que requieran sus conocimientos. Las máquinas son instrumentos de ayuda no pueden reemplazar la inteligencia humana” (Llorente, D., comunicación personal, 22 de octubre de 2021).

Efectivamente, esa es la limitación de las máquinas, no son humanas. Hasta ahora necesitan de las personas para su aprendizaje y manejo. Y es que las funciones elementales de todo periodista de escuchar, observar, reaccionar e involucrarse directamente con las fuentes de información son, como afirma Diakopoulos (2019), desconocidas para la inteligencia artificial. Además, los periodistas deben entrenar a los algoritmos, aunque como señala Llorente, los algoritmos inteligentes, una vez entrenados, tienen acceso al gestor de contenidos, haciendo que a partir de allí la intervención humana sea prácticamente innecesaria.

El fundador de la *start-up* afirma que hace dos años era muy difícil que hubiera un robot en las redacciones periodísticas, pero que ahora está cambiando la mentalidad en los medios de comunicación al ver sus beneficios. Cree que estos cambios se deben a que hay informaciones que por su forma simple y directa en la que solo se transmiten datos, pueden tener en este robot un buen asistente, ya que sobresalen por su velocidad y escalabilidad:

Está comprobado que este sistema puede redactar una noticia de entre 700 a 1.000 palabras de media en un tiempo de 0,005 segundos. Algo importante cuando se trata de generar mucho contenido, más aún en los comicios electorales. Conseguir esa velocidad es realmente imposible para un periodista (Llorente, D., comunicación personal, 22 de octubre de 2021).

Alberto Moratilla, director de Tecnología de Narrativa y responsable de trabajar con los datos que se le suministran a Gabriele, destaca que éstos son una de las partes más importantes de las herramientas de generación automática de contenidos puesto que suponen la piedra angular sobre la que se asienta todo el proceso. En este proyecto piloto de RTVE se emplean diferentes fuentes de datos para cometidos distintos. La principal base de datos está proporcionada por el Ministerio de Interior a través de Indra, y se corresponde con información de los escrutinios de las elecciones, tanto a nivel histórico de elecciones pasadas, lo que permiten realizar un análisis de tendencias, como de otros en tiempo real que se van dando a lo largo de la noche electoral. Adicionalmente, se utilizan otras fuentes de información que pueden ofrecer datos que son útiles para enriquecer los contenidos, como los proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística acerca de diferentes aspectos de los votantes o de las localidades de mil habitantes que participan en la fiesta democrática.

Moratilla indica que Gabriele también está siendo alimentada con las informaciones que ofrece RTVE. Miles de artículos pasados sobre elecciones escritos por periodistas, que, aplicando las diferentes técnicas de procesamiento de lenguaje natural con algoritmos de inteligencia artificial, facilitan a este *software* extraer la estructura de los artículos que tiene que desarrollar, expresiones y otros recursos del lenguaje que permiten potenciar la redacción de artículos de una mayor calidad lingüística: “Es fundamental disponer de unas fuentes de información con el formato adecuado, que no contengan errores que puedan perjudicar a las fases posteriores del proceso, y que por supuesto dispongan de información útil y de calidad para el objetivo” (Moratilla, A., comunicación personal, 4 de noviembre de 2021).

Cristina Blanco González detalla que este proyecto para Narrativa comprende cuatro fases. Primera: el planteamiento, segunda: la implementación, tercera: las pruebas y cuarta: el lanzamiento. La primera fase fue un trabajo en conjunto entre los representantes de RTVE y los miembros del equipo de Narrativa a través de constantes reuniones para solventar todas las necesidades de la Corporación y objetivos que plantearía el trabajo. Aquí también se llevó a cabo la recolección de las bases de datos así como se identificaron las plataformas con las que se va a trabajar y se estructuraron los mecanismos más eficaces para desarrollar el trabajo. “Esta fase culminó en octubre de 2021. Ahora acabamos de arrancar la fase de implementación, la más divertida y sobre todo ilusionante para todos. Será cuando empecemos a ver cómo todo el esfuerzo que hemos puesto durante el inicio empieza a brotar” (Blanco González, C., comunicación personal, 3 de noviembre de 2021).

Los hechos siempre mandan y las circunstancias también. La intempestiva convocatoria de elecciones Autonómicas a la Asamblea de Madrid, en mayo de 2021, impuso que a pesar de encontrarse en la primera fase del proyecto, se aprovechara la coyuntura política para realizar el primer ensayo de concepto: “Básicamente estuvimos haciendo pruebas con una cantidad ingente de datos, los implementamos y generamos con ellos noticias en directo durante la noche del 4 de mayo” (Blanco González, C., comunicación personal, 3 de noviembre de 2021).

RTVE informó que durante esos comicios, las noticias tuvieron como una media de quinientas palabras cada una y la estructura de redacción fue completa: un titular que destacaba al partido político ganador con el número de votos que había obtenido dentro del escrutinio y en la población en la que había sido elegido; un subtítulo, que destacaba el número de votos o el resultado en la localidad; un lead, que presentaba la información más importante del escrutinio; un cuerpo de la noticia donde se desarrollaron todos los datos complementarios sobre el partido ganador así como el resultado de los demás partidos políticos que participaron en las elecciones en cantidad y tanto por ciento. Datos de la participación ciudadana en esta jornada y la comparativa con anteriores elecciones (Corral, 2021).

Asimismo, el cuerpo de la información incluía un párrafo de “situación” explicando el motivo de la convocatoria y qué podrá pasar una vez conocidos los resultados. Los últimos párrafos describen los resultados de las elecciones autonómicas en la Comunidad de Madrid. Las noticias iban acompañadas de un despiece con “un bloque dedicado a ¿qué pasó en las elecciones de 2019 en el municipio?” a manera de *background* o antecedentes. Según informaron los organizadores, la titulación fue cambiando de acuerdo a la localidad en las que se presentaban las noticias para que tuvieran estilos propios y aunque fue un ensayo que no estuvo a disposición del público, los resultados fueron incorporados automáticamente a la página web de RTVE (Corral, 2021). Al respecto, Pere Vila sostiene:

El ensayo fue un éxito. La inmediatez de las noticias y los diversos estilos que presentaron las informaciones gustaron a los periodistas que llevaron a cabo la supervisión. Las ventajas que ofrece aplicar la IA para mejorar y ofrecer información valiosa en la España despoblada es grande. La automatización de las noticias y su personalización puede ser para RTVE una gran ayuda para los periodistas y un beneficio para los usuarios (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021).

Y esta no es la primera vez que Gabriele realiza una cobertura periodística de elecciones. Narrativa fue la empresa contratada por El Confidencial para, entre otros servicios, ofrecer a través de su algoritmo inteligente la generación automática de artículos con los resultados electorales de los últimos comicios municipales. Al respecto, Blanco González recuerda:

Todos los municipios de más de cinco mil habitantes tuvieron las noticias en tiempo real con los resultados de las elecciones. Nuestro principal objetivo es que el resultado de nuestra colaboración sea un producto que llegue a toda la población española (Blanco González, C., comunicación personal, 3 de noviembre de 2021).

Al tratar sobre los riesgos y peligros que pueden producirse dentro del plan piloto para la generación automática de noticias, Moratilla (comunicación personal, 4 de noviembre de 2021) asegura que estos provienen principalmente de problemas en los datos proporcionados por las fuentes en las que se basa la noticia. Gabriele, como sistema de generación automática de artículos, está construido tomando como premisa la minimización de los errores que puedan producirse en la redacción de los formatos periodísticos, ya que, al tratarse de un proceso automatizado y orientado a la creación de grandes volúmenes, el esfuerzo de revisión previo a la publicación se hace prácticamente imposible de abarcar: “Es por ello que se cuentan con mecanismos de validación de datos previos a la generación de artículos, comprobando su coherencia dentro, así como su transformación en descripciones textuales” (Moratilla, A., comunicación personal, 4 de noviembre de 2021).

El CTO de Narrativa afirma que el sistema genera textos para una serie de escenarios congruentes que han sido validados previamente por los editores de automatización, descartándose aquellos elaborados para escenarios que no hayan sido revisados previamente, y por tanto evitando así la publicación de informaciones incorrectas. Adicionalmente, asegura, existe un trabajo previo de integración con los proveedores de datos a nivel técnico, incluyendo simulacros previos, donde se validan y se establecen

los comportamientos que tendrán las fuentes de datos en el momento de su utilización real, garantizando que no existirán problemas en producción. Sin embargo, existe un plan de contingencia:

Es verdad que se generarán noticias en un periodo tan corto de tiempo, de apenas unas horas de la noche electoral, por eso habrá personal de Narrativa controlando todo el proceso de generación de noticias, coordinado con personal de RTVE para intervenir al instante en el caso de que puedan existir problemas (Moratilla, A., comunicación personal, 4 de noviembre de 2021).

Y aunque los planes de contingencia están presentes, todavía existen algunos temas por resolver. Todos los profesionales entrevistados coinciden en que habrá que elaborar un manual de principios éticos y normas que se deban tener en cuenta a la hora de tratar las noticias elaboradas con IA. Llorente defiende que los lectores tienen derecho a saber si lo que están leyendo ha sido redactado por una persona o por un algoritmo. Porque los contenidos generados por unas y otros son difícilmente distinguibles. Vila es un convencido de que la ética debe ir de la mano con este desarrollo, que hay que vigilarla y tiene que estar en todas partes, más aún aquí. En una doble direccionalidad en la que tanto emisores como la ciudadanía asuman su compromiso con respecto a todas las informaciones que circulan:

Deben trabajarse unas hojas de rutas. Unos libros de estilo que no solo se dediquen a informaciones formales del uso que hacemos de las máquinas, del manejo de ese gran volumen de información que circulan en el Big Data. Hay hitos que se deben trabajar (Llorente, D., comunicación personal, 22 de octubre de 2021).

El director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital de RTVE es un convencido de que en un periodo aproximado de diez años veremos grandes cambios en la televisión. Su experiencia en el mundo audiovisual español le ha demostrado que en ese lapso de tiempo suelen consolidarse las nuevas tecnologías. Sostiene que así pasó con el tema de la autodefinición y eso es lo que se está experimentando también con la ultra alta definición. También recuerda que las redacciones electrónicas que hoy son exitosas tuvieron que pasar un periodo de prueba. Por ello destaca:

En mi experiencia dentro del tema de innovación siempre tengo la perspectiva de que venimos a él unos siete años por adelantado. Lo que he ido viendo es que desde que aparecen las tecnologías hasta que empiezan las empresas a aplicarlas pasa un periodo de tiempo entre 7 o 10 años. En la IA, yo pienso que allí hay camino (Vila Fumás, P., comunicación personal, 28 de octubre de 2021)

#### 4. Conclusiones

La inteligencia artificial aplicada a la esfera periodística se revela como un instrumento para dotar de competitividad, flexibilidad, fluidez, rapidez y personalización a las noticias que los medios puedan ofrecer. RTVE es consciente de esta evolución inevitable y está involucrada en varios proyectos de IA, uno de ellos, que tendrá su lanzamiento en las elecciones electorales de 2023 constituirá el punto de partida de dicha tecnología.

La inteligencia artificial aplicada al periodismo requiere de equipos multidisciplinares de periodistas, ingenieros de *software*, especialistas en el tratamiento de datos e incluso lingüistas que persiguen el objetivo de dar la mejor noticia en el momento adecuado, en el lugar adecuado a la persona idónea de la forma más personalizada posible. Es, a fin de cuentas, la personalización total hacia la que se dirige el mundo de las noticias.

En las elecciones de 2023 una cantidad enorme de datos alimentarán un sistema de inteligencia artificial que elaborará un volumen de noticias por minuto que exceden la capacidad de cualquier equipo humano, amén de esto, las noticias se ofrecerán personalizadas, y además, serán de interés para cualquier ciudadano. De hecho el proyecto se centra en elaborar noticias personalizadas a aquellos habitantes de la denominada España vaciada, que habitualmente se encuentran lejanos de los focos de interés de los medios de comunicación.

No obstante, el uso de estos sistemas para concentrar, seleccionar y personalizar noticias a través de

sistemas automatizados que son entrenados y aprenden de los datos con los que son alimentados, debe tener sus límites, deben ser fiscalizados y controlados por un código ético que evite abusos y situaciones en las que, aquellas organizaciones que dispongan de los datos, eviten usarlos en perjuicio de determinados integrantes de la sociedad.

Así pues, no solo se trata de utilizar herramientas tecnológicamente avanzadas para la labor periodística y mejorar su eficiencia sino utilizarlas como herramienta vehicular para integrar y vertebrar territorios.

La generación de noticias a través de la IA aporta ventajas como el ahorro de tiempo, la eficacia en el uso de recursos, una personalización al nivel de desagregación que se desee y una liberalización de tareas para que los periodistas puedan realizar tareas que incorporen un mayor valor añadido al proceso de producción de noticias. Indudablemente surgen interrogantes sobre si las máquinas podrán, en algún momento, sustituir a los periodistas (hecho que hoy parece muy lejano) o la pérdida de empleo que los profesionales del periodismo pueden sufrir, por tanto, es necesaria una transformación y un cambio de paradigma en la profesión periodística que permita adaptarse y enfrentarse a un mundo cada vez más digitalizado, interconectado y basado en datos.

Hoy en día la IA es un colaborador del periodista, no un competidor, y la apuesta de generación automática de textos ya está sobre la mesa. RTVE además, pretende eliminar la frialdad que estos sistemas puedan generar a través de la personalización y adecuación de textos, mensajes e incluso formatos adaptados a cada territorio, en este hecho se centra el proyecto que se pondrá en marcha en las elecciones de 2023 y que, sin duda, será un paso hacia adelante entre el periodismo y la inteligencia artificial.

## 5. Referencias

Alfonseca, M. (2014). ¿Basta la prueba de Turing para definir la “inteligencia artificial”? *Scientia et Fides*, 2(2), 129. <https://doi.org/10.12775/SetF.2014.018>

Cerezo, P. (2018). Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio. UOC.

Clerwall, C. (2014). Enter the Robot Journalist: Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*, 8(5), 519-531. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.883116>

Corral, D. (2021, mayo 5). *Tecnología y precisión para cubrir una inesperada cita con las urnas*. Recuperado 15 de noviembre de 2021, de <https://www.rtve.es/rtve/20210505/inteligencia-artificial-elecciones-madrilenas/2088825.shtml>

Corral, D. (2021, abril 8). *Algoritmos, precisión y detalle en una cobertura electoral*. RTVE.es. <https://www.rtve.es/rtve/20210408/inteligencia-artificial-para-cobertura-elecciones/2085044.shtml>

Del Molino, S. (2016). La España vacía. *Un viaje por un país que nunca fue*. Turner Publicaciones.

Fernández-Barrero, A. (2021). La robotización del periodismo: Escritura automática e Inteligencia Artificial para la redacción de textos periodísticos. En *Tecnologías que condicionan el periodismo* (pp. 65-95). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Fernández Barrero, M. A. (2018). El Periodismo que vuela. Drones, 3D, smartphones y robots, tecnologías emergentes para la profesión periodística. Sevilla, Fénix Editora.

Garcimartin, M. (2018). *Los robots no saben escribir buenos artículos (aún)*. media-tics.com. Recuperado 31 de octubre de 2021, de <https://www.media-tics.com/noticia/8074/medios-de-comunicacion/los-robots-no-saben-escribir-buenos-articulos-aun--.html>

Graefe, A. (2016). *Guide to Automated Journalism*. 60. <https://doi.org/10.7916/D80G3XDJ>

Hansen, M.; Roca Sales, M.; Keegan, J. M.; King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism. Columbia University Libraries; Tow Center for Digital Journalism.

---

Krumsvik, A. H., Storsul, T., Kung, L., Dogruel, L., Steensen, S., Liestøl, G., Baumann, S., Skogerbø, E., Doyle, G., Lindmark, S., Heritiana Ranaivoson, Donders, K., Ballon, P., Lomborg, S., Helles, R., Bakker, P., Davis, C. H., Jennes, I., Pierson, J., ... Müller, K. (2013). *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change (2013)*. Nordicom. <https://doi.org/10.13140/2.1.1328.9284>

Küng, L. (2013). Innovation, technology and organisational change. *Media innovations: A multidisciplinary study of change*, 9-12.

Langreo Navarro, A., & Garcia Azcarate, T. (2019). ¿Qué actividad en la España Vacía? *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1), 9. <https://doi.org/10.7201/earn.2019.01.01>

López Hidalgo, A., & López Redondo, I. (2020). Riesgos y desafíos del periodismo inteligente. En *El periodismo en tiempos de realidad virtual* (pp. 125-150). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Micó, J. L. (2017, junio 22) *¿Cómo puede transformar la inteligencia artificial las noticias?* La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20170623/423605313675/inteligencia-artificial-noticias-periodismo-prensa-medios-de-comunicacion.html>

Molino, S. del. (2016). *La España vacía: Viaje por un país que nunca fue* (Primera edición). Turner Publicaciones.

Posetti, J. (s. f.). *Time to step away from the 'bright, shiny things'? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change*. 30.

Quijije, J. (2017, diciembre 21). *Estudio sugiere que la Inteligencia Artificial no reemplazará a los periodistas*. TekCrispy. <https://www.tekcrispy.com/2017/12/21/inteligencia-artificial-no-reemplaza-periodistas/>

Rodríguez, M. (2018, enero 28). *Una historia de periodistas y robots que escriben noticias*. La Opinión de A Coruña. <https://www.laopinioncoruna.es/sociedad/2018/01/28/historia-periodistas-robots-escriben-noticias-24125664.html>

Ronderos, M. T. (2019, enero 22). *La inteligencia artificial requiere de un periodismo sincero*. Global Investigative Journalism Network. <https://gijn.org/2019/01/22/la-inteligencia-artificial-requiere-de-un-periodismo-sincero/>

Santana Leitner, A. (2013). *Fundamentos para la investigación social*. Alianza editorial.

Segarra-Saavedra, J., Cristòfol, F. J., & Martínez-Sala, A.-M. (2019). Artificial intelligence (AI) applied to informative documentation and journalistic sports writing. The case of BeSoccer. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 29, 275-286. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a14>

Tomás-Valiente, F. (2021, noviembre 13). *Dos de cada 10 habitantes de la España vacía no tiene acceso a internet*. euroefe.euractiv.es. <https://euroefe.euractiv.es/section/digital/news/dos-de-cada-10-habitantes-de-la-espana-vacia-no-tiene-acceso-a-internet/>

Túñez-López, J.-M., Toural-Bran, C., & Cacheiro-Requeijo, S. (2018). Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: Percepción y actitudes de los periodistas en España. *El Profesional de la Información*, 27(4), 750. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>

Ufarte Ruiz, M. J., & Manfredi Sánchez, J. L. (2019). Algorithms and bots applied to journalism. The case of Narrativa Inteligencia Artificial: Structure, production and informative quality. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 29, 213-233. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a11>

Van Dalen, A. (2012) The algorithms behind the headlines, *Journalism Practice*, 6:5-6, 648-658, DOI: [10.1080/17512786.2012.667268](https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268)

Vega, M. Á. G. (2019, abril 29). Internet y carreteras para la ‘España vaciada’. *El País*. [https://elpais.com/elpais/2019/04/25/actualidad/1556187876\\_054009.html](https://elpais.com/elpais/2019/04/25/actualidad/1556187876_054009.html)

#### AUTORES:

##### **Luisa Graciela Aramburú Moncada**

Universidad de Sevilla

Luisa Aramburú Moncada es doctora en Periodismo por la Universidad de Sevilla y Máster en Periodismo por la Universidad San Martín de Porres (Lima, Perú). Actualmente es profesora en la Facultad de Comunicación de Sevilla, donde ha impartido las asignaturas de Géneros y Estilos Periodísticos y Teoría del Periodismo. También ha sido profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres y ha participado como profesora visitante en las universidades Pontificia Universidad Católica y Bausate y Meza (ambas en Lima- Perú). Periodista de amplia experiencia en diversos medios en Perú desde la prensa escrita hasta la televisión peruana. Sus líneas de investigación se sitúan en el ámbito del periodismo y las nuevas tecnologías.

[laramburu@us.es](mailto:laramburu@us.es)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-0409-5380>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=DFIhBZkAAAAJ&hl=es>

##### **Isaac López Redondo**

Universidad de Sevilla

Isaac López-Redondo es periodista y profesor en la Facultad de Comunicación de Sevilla. Ha trabajado en medios como El Correo de Andalucía, El Día de Córdoba o Canal Sur Televisión. Desde 2012 es doctor en periodismo con una tesis sobre el tratamiento del videojuego en la prensa escrita y digital. En 2014 funda la editorial Héroe de Papel, donde ha editado y corregido cerca de un centenar de obras dedicadas al videojuego y la cultura popular. Es autor de numerosas ponencias, conferencias y artículos científicos sobre narrativas periodísticas y videojuegos. Es autor también de los libros *Cosas que cuentan*, *¿Qué es un videojuego?* y *La certeza de empezar: Antología de textos periodísticos*. Ha coordinado también *La mirada del periodista*.

[ilopez6@us.es](mailto:ilopez6@us.es)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0001-9426-6683>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=Gst3wNYAAAAJ&hl=es>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Isaac-Lopez-Redondo>

##### **Antonio López Hidalgo**

Universidad de Sevilla

Antonio López Hidalgo es periodista y catedrático de Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Director del Departamento de Periodismo II y director del Grupo de Investigación “Narrativas Periodísticas y Tecnologías Emergentes”. En 1990 publica, junto a Juan Emilio Ballesteros, *El sindicato clandestino de la Guardia Civil*, libro por el que fue procesado y posteriormente absuelto. Fruto de su investigación académica, sobresalen los títulos *La entrevista. Entre la información y la creatividad*; *Las entrevistas periodísticas de José María Carretero*; *El titular*; *Géneros periodísticos complementarios*; *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad* -escrito conjuntamente con M<sup>a</sup> Ángeles Fernández Barrero-; *El periodismo que contará el futuro* o el volumen internacional bajo su coordinación *Periodismo narrativo en América Latina*.

[lopezhidalgo@us.es](mailto:lopezhidalgo@us.es)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0003-1595-7043>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=7MxHFrkAAAAJ&hl=es>