



Convocatoria

Más allá del determinismo: retos y oportunidades para el periodismo en un ecosistema tecnificado

Editores: José Alberto García-Aviles (Universitas Miguel Hernández, España) y Suzana Barbosa (Universidade Federal da Bahia, Brasil)

La llamada “alta tecnología” (*high-tech*) *está* teniendo un impacto notable en el desarrollo del periodismo y la innovación en el sector. El uso de la Inteligencia Artificial, los algoritmos, los chatbots, los drones o la Realidad Aumentada, entre otras tecnologías, están dando forma a la cobertura informativa y a las formas de producir, presentar y distribuir contenidos. Los estudios sobre la incorporación de tecnologías en las redacciones muestran una clara tendencia de los periodistas a trabajar con herramientas sofisticadas y a experimentar con ellas en su labor profesional (Pérez-Seijo et al., 2020; López-García y Vizoso, 2021; Barbosa et al., 2022).

En un ecosistema híbrido de medios (Chadwick, 2013; Reese, 2021) —en el que las marcas de los medios tradicionales ya no son las únicas que deciden qué información es importante difundir y consumir— y cada vez más tecnificado, se renuevan los debates en torno a los retos y las oportunidades que el impacto de la tecnología aporta a las redacciones. En este contexto disruptivo, cobran importancia cuestiones como el mantenimiento de la sostenibilidad de los medios, la crisis de credibilidad, el poder de las plataformas tecnológicas (Jurno y D'Andrea, 2020; Nielsen y Gunter, 2021; Napoli, 2021; Simon, 2022) o incluso la capacidad de captar y mantener la atención de las audiencias (Zelizer, Boczkowski y Anderson, 2021).

El periodismo y la tecnología siempre han tenido una relación muy estrecha. Sin embargo, el desarrollo tecnológico vertiginoso y su atractivo consiguiente conducen a menudo a una falta de perspectiva crítica y a un cierto determinismo que prioriza la tecnología como motor de los avances en comunicación. Algunas investigaciones indican que junto a las oportunidades vienen riesgos como la pérdida de la credibilidad o la fiabilidad de los medios, el relajamiento de los estándares éticos o la normalización de la producción periodística de baja calidad (Murcia-Verdú y Ufarte-Ruiz, 2019).

La tecnología no se convierte en periodismo, ni lo sustituye ni lo representa. Por eso, “definir el periodismo junto a su tecnología suele acabar confundiendo el escenario con la realidad, el primer plano con el fondo, el modo con el entorno (...)” (Zelizer, 2019, p. 344). Este determinismo, según la autora, es problemático porque: 1) oculta el hecho de que la tecnología siempre está modificando el periodismo, 2) nos ciega ante los efectos nocivos del cambio tecnológico, y 3) promueve el olvido de lo que permanece estable en el periodismo a pesar de los cambios en las modalidades tecnológicas. Aunque la innovación siempre se ha relacionado con la adopción de las tecnologías (Palacios et al., 2019), Zelizer (2019) plantea la necesidad de establecer una visión crítica de este proceso.

“Aunque son múltiples las tecnologías emergentes que se están incorporando al periodismo, la falta de una etiqueta común a la hora de referirse a ellas dificulta la identificación de estudios sobre el tema” (Pérez-Seijo et al., 2020, p. 144). Así, se habla de periodismo inmersivo, 360°, automatizado, algorítmico o de alta tecnología. El denominador común de estas modalidades periodísticas es el predominio de las herramientas tecnológicas con el objetivo de transformar los procesos, formatos, prácticas y modelos en los que se refleja el trabajo de los profesionales, a menudo con consecuencias que facilitan la innovación (Carvajal et al., 2022).

Algunos estudios recientes (Arias et al., 2023) indican que un alto porcentaje (66 %) de las innovaciones adoptadas por los medios de comunicación españoles en los últimos años, por ejemplo, están vinculadas al uso de la tecnología, lo que corrobora su importancia para el avance del periodismo. Sin embargo, este estudio también confirma la existencia de un gran número de iniciativas independientes de los sistemas tecnológicos, especialmente a nivel organizativo. En América Latina, un estudio basado en encuestas transversales repetidas a periodistas de 20 países de la región (Harlow, Higgins Joyce y Schmitz Weiss, 2023), señala que la innovación está asociada a la continua migración de las redacciones de los medios de comunicación de modelos tradicionales a plataformas exclusivamente digitales. Esto sugiere que, a medida que la incorporación de herramientas digitales se ha ido institucionalizando en las redacciones, la forma en que los periodistas entienden la innovación se ha vuelto más precisa, centrándose específicamente en el uso de las últimas tecnologías para contar historias de forma innovadora, pero también para innovar en las relaciones con el público.

Así, este escenario indica que el análisis de la innovación en periodismo debe incluir un tratamiento integrado de al menos tres dimensiones: tecnológica, organizativa y ético-social (Franciscato, 2010; Franciscato y Gonçalves, 2021; García-Avilés, 2021).

En base a lo anterior, este dossier acoge estudios e investigaciones originales sobre estas cuestiones, desde una perspectiva crítica, que pueden girar en torno a los siguientes ejes temáticos (pero no exclusivamente):

- El uso de los sistemas de IA en los procesos y productos del periodismo contemporáneo;
- El alcance de la tecnología y de la innovación en las redacciones;
- El auge de las plataformas tecnológicas y sus implicaciones para el periodismo, las organizaciones de noticias y sus audiencias;
- Dilemas éticos en la relación entre las grandes plataformas digitales y de IA y las organizaciones periodísticas;
- Métricas editoriales y consumo de información;
- La enseñanza del periodismo de alta tecnología;
- Consecuencias de la algoritmización y la datificación en los procesos de gestión, producción, curaduría y consumo de contenidos periodísticos;
- Efectos de la Inteligencia Artificial (IA) en la noticiabilidad y los valores noticia;
- Desigualdades regionales en el desarrollo y adopción de alta tecnología en las redacciones;
- Tendencias y efectos de la alfabetización algorítmica en el periodismo;
- Desarrollo de tecnologías para combatir la desinformación;
- Accesibilidad y diversidad étnica y de género en un contexto de tecnificación de la esfera pública;
- Valores profesionales del periodismo en un ecosistema de alta tecnología
- Regulación, propiedad intelectual, responsabilidad y transparencia ante la irrupción de la IA en el ecosistema mediático;
- Consecuencias del uso de la tecnología en los modelos de negocio y la gestión de las organizaciones periodísticas.

Los artículos deben tener entre 40.000 y 55.000 caracteres (espacios incluidos), y pueden presentarse en portugués, español, francés e inglés. Si el trabajo es aceptado para su publicación, los autores de los artículos presentados en los tres primeros idiomas deberán facilitar también una versión en inglés.

Todos los trabajos que se presenten a esta convocatoria especial podrán enviarse exclusivamente a través del sistema electrónico de la Brazilian Journalism Research, disponible en el sitio web de la revista: <http://bjr.sbpjor.org.br>.

Las directrices de formato para los textos pueden consultarse en: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/about/submissions>.

Si tiene alguna pregunta, envíe un correo electrónico a bjreditor@gmail.com.

Fechas importantes de esta edición:

Envío de los artículos: hasta el 05 de setembro de 2024.

Aceptación de artículos aprobados: hasta el 30 de março de 2025.

Publicación de la edición: hasta el 31 de agosto de 2025.

Referencias

Arias-Robles, F., Valero-Pastor, J. M., & Carvajal, M. (2023). Dependencia y externalización tecnológica en las innovaciones periodísticas de los medios españoles (2014-2021). *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 37(1), 453–478. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1834>

Carvajal, M., Mondéjar, D., Valero-Pastor, J. M.; De-Lara, A.; García-Avilés, J. A.; Arias-Robles, F. (2022). “Las innovaciones periodísticas más destacadas en España (2010-2020): características e impacto organizacional, industrial y social”. *Profesional de la información*, 31(3), e310304. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.04>

Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.

Franciscato, C. Goncalves, A.L.F. (2021). A inovação aberta no desenvolvimento das agências de fact-checking durante a pandemia. *Comunicação & Inovação*, v. 22, n. 50. 63–79. <https://doi.org/10.13037/ci.vol22n50.8074>

Franciscato, C. E. (2010). Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 7(1), 8-18.

García-Avilés, J. A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). *Profesional de la Información*, 30(1), 1-33. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>

Jurno, A.; D’Andrea, C. (2020). Between partnerships, infrastructures and products: Facebook Journalism Project and the platformization of journalism. *Brazilian Journalism Research*, v.16, n.3. 2020. 502-525. <https://doi.org/10.25200/BJR.v16n3.2021.1306>

López-García, X. y Vizoso, A. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, 30(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01>

Murcia-Verdú, F. J., y Ufarte-Ruiz, M. J. (2019). Mapa de riesgos del periodismo hi-tech. *Hipertext.net*, (18), 47-55. DOI: 10.31009/hipertext.net.2019.i18.05

Napoli, P. M. (2021). The platform beat: Algorithmic watchdogs in the disinformation age. *European Journal of Communication*, v. 36(4). 376–390. <https://doi.org/10.1177/02673231211028359>

Palacios, M.; Barbosa, S.; Silva, F. F. da.; Cunha, Rodrigo da (2019). *Mobile Journalism and Innovation. Journalism and Ethics*. 1ed. Hershey, Pennsylvania: IGI Global. 554-578.

Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B. y López- García, X. (2020). Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos. *Index.comunicación*, 10(3), 129-151. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>

Reese, S. D. (2021). *The Crisis of the Institutional Press*. Cambridge: Polity Press.

Simon, F. M. (2022). Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy. *Digital Journalism*. 10 (10): 1832–1854. DOI: 10.1080/21670811.2022.2063150

Harlow, S.M., Higgins Joyce, V.D.M., Schmitz Weiss, A. (2023). Journalism in Flux: The Changing News Industry in Latin America, 2013–2021. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2023.2239209

Zelizer, B., Boczkowski, P., Anderson, C.W. (2021). *The Journalism Manifesto (The Manifesto Series)*. Cambridge, UK: Polity.

Zelizer, B. (2019). Why Journalism Is About More Than Digital Technology. *Digital Journalism*, 7:3, 343-350, DOI: 10.1080/21670811.2019.1571932