



Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ARTÍCULO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

TEMA:
INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL PERIODISMO: UNA REVISIÓN
SISTEMÁTICA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Comunicación basada en datos y tecnologías emergentes

AUTOR(A):
María Isabel Méndez Loor

TUTOR(A):
Dr. Julio César García García, PhD.

Manta – Manabí – Ecuador
2025-1

TEMA:

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL PERIODISMO: UNA REVISIÓN
SISTEMÁTICA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, MARÍA ISABEL MÉNDEZ LOOR, portadora de la cédula de ciudadanía No. 131238696-2, declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL PERIODISMO: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



María Isabel Méndez Loor
C.I. 131238696-2

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación del (de la) alumno(a) **MARÍA ISABEL MÉNDEZ LOOR**, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2025(1); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Artículo Académico**, cuyo tema es “**INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL PERIODISMO: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA**”. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, el(la) estudiante en mención se encuentra apto(a) para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de agosto de 2025

Lo certifico,



Dr. Julio C. García García, PhD.
DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a Dios y a mi familia, cuyo amor y respaldo han sido esenciales en este camino.

Extiendo mi gratitud a mis docentes, por sus distintas formas de enseñar y por compartir sus conocimientos, los cuales han sido clave en mi proceso de aprendizaje.

También agradezco a todas las personas que compartieron conmigo esta etapa universitaria, así como a las amistades que fui construyendo a lo largo del camino.

Un agradecimiento muy especial a Cristhian García, por su constante apoyo, compañía y palabras de aliento durante los últimos semestres, especialmente en los momentos más desafiantes.

De igual manera, expreso mi profundo agradecimiento al tutor de mi tesis, Julio César García, por su paciencia, compromiso y guía durante todo el desarrollo de este trabajo, acompañándome con dedicación hasta su culminación.

Gracias, sinceramente, a todos los que formaron parte de esta experiencia.

DEDICATORIA

Dedico este artículo académico, en primer lugar, a Dios, por haberme dado la fortaleza, la valentía y la perseverancia necesarias para llegar a este momento tan significativo en mi formación profesional.

A mi madre, María Carmelina Loor Palma, por ser el pilar fundamental en mi vida, por enseñarme el valor de la educación y por brindarme siempre su amor y apoyo incondicional, incluso en los momentos más difíciles.

A mis hermanos, Luis Joel Méndez Loor y María Fernanda Méndez Loor, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración y motivación para seguir adelante.

Y me lo dedico también a mí misma, por no rendirme a pesar de los desafíos vividos en estos últimos meses, por haber tenido la determinación de seguir adelante mientras trabajaba y estudiaba al mismo tiempo. Por cada sacrificio, cada desvelo y cada esfuerzo, hoy celebro este logro personal.

CAPTURA ENVÍO ARTÍCULO

[EAC] Acuse de recibo del envío

Desde Rita Milagros Jáimez Esteves <revistas.noreply@unl.edu.ec>

Fecha Mar 19/8/2025 10:40

Para GARCIA GARCIA JULIO CESAR <julio.garcia@uleam.edu.ec>

Dr. Julio García, PhD.:

Gracias por enviar el manuscrito "Inteligencia Artificial y el periodismo: Una revisión sistemática" a Educación, Arte, Comunicación: Revista Académica e Investigativa. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/eac/authorDashboard/submission/2558>

Nombre de usuario/a: jcgarcia1805

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Rita Milagros Jáimez Esteves

____ Educación Arte Comunicación
<http://revistas.unl.edu.ec/index.php/eac>

Inteligencia Artificial y el Periodismo: Una revisión sistemática

Méndez Loor María Isabel

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1617-269X>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Dr. Julio César García García, PhD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3381-1147>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Resumen

La Inteligencia Artificial (IA) está redefiniendo el ecosistema mediático, generando tanto oportunidades como profundos desafíos para el periodismo. Este artículo presenta los resultados de una revisión sistemática de la literatura, basada en el análisis de 131 artículos científicos publicados entre 2022 y 2025, con el objetivo de comprender cómo la academia está abordando esta transformación. Los hallazgos revelan una narrativa dual: por un lado, la IA se perfila como una herramienta potente para automatizar tareas rutinarias, optimizar flujos de trabajo y liberar a los periodistas para que se enfoquen en investigaciones de mayor valor. Por otro lado, emergen con fuerza preocupaciones significativas sobre la precarización laboral, la pérdida de autonomía editorial y, de manera central, los dilemas éticos relacionados con el sesgo algorítmico, la desinformación y la falta de transparencia. El estudio concluye que, si bien la tecnología desafía los valores fundamentales de la profesión, también reafirma el rol insustituible del juicio humano. La supervisión crítica y la ética periodística no solo son necesarias, sino que adquieren un mayor valor, como el núcleo para una integración responsable de la IA en las redacciones.

Palabras clave: inteligencia artificial, periodismo, revisión sistemática.

Abstract

Artificial intelligence (AI) is redefining the media ecosystem, creating both opportunities and profound challenges for journalism. This paper presents the results of a systematic literature review, based on the analysis of 131 scientific articles published between 2022 and 2025, aimed at understanding how academia is addressing this transformation. The findings reveal a dual narrative: on one hand, AI is emerging as a powerful tool to automate routine tasks, optimize workflows, and free up journalists to focus on more valuable investigative work. On the other hand, significant concerns are strongly emerging regarding job precarity, the loss of editorial autonomy, and, centrally, ethical dilemmas related to algorithmic bias, disinformation, and a lack of transparency. The study concludes that while technology challenges the profession's core values, it also reaffirms the irreplaceable role of human judgment. Critical oversight and journalistic ethics are not only necessary, but they acquire a greater value, as the core for a responsible integration of AI in newsrooms.

Keywords: artificial intelligence, journalism, systematic review.

1. Introducción

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una fuerza disruptiva que moldea industrias enteras y redefine las dinámicas sociales. El periodismo, como pilar fundamental de la esfera pública, no es ajeno a esta revolución. Su incursión se produce en un contexto complejo, marcado por una crisis preexistente del modelo de negocio tradicional y una migración masiva de las audiencias hacia el entorno digital, lo que ha dejado a muchos medios en una situación de vulnerabilidad económica.

En este escenario, la IA emerge con una doble cara: por un lado, se presenta como una solución estratégica para optimizar recursos, automatizar tareas repetitivas y aumentar la eficiencia en redacciones con personal y presupuestos limitados. Por otro lado, su integración acelerada plantea interrogantes cruciales sobre el futuro del trabajo periodístico, la integridad de los contenidos y la preservación de los valores éticos que sustentan la profesión. Cuestiones como el sesgo algorítmico, la propagación de desinformación, la opacidad de los sistemas y la creciente dependencia de las grandes corporaciones tecnológicas se han convertido en un foco de intenso debate.

Ante la rapidez de estos cambios, se vuelve indispensable sistematizar el conocimiento académico que se está generando. Para abordar esta compleja realidad de manera estructurada, esta revisión sistemática de 131 artículos científicos se guía por cinco preguntas de investigación clave:

- **RQ1:** ¿Cómo transforma la IA los roles, habilidades y relaciones laborales de los periodistas?
- **RQ2:** ¿Cuáles son los principales dilemas éticos y desafíos a la responsabilidad periodística que emergen con su uso?
- **RQ3:** ¿Qué percepciones, actitudes y barreras existen para su adopción en los medios?
- **RQ4:** ¿Cuál es su impacto en los valores periodísticos fundamentales como la autoridad, la objetividad y la autonomía?
- **RQ5:** ¿Qué enfoques metodológicos predominan en la investigación sobre este tema?

A través de las respuestas a estas preguntas, el presente artículo tiene como objetivo ofrecer un mapa claro y estructurado del estado actual de la cuestión, permitiendo comprender a fondo este cruce entre la IA y el periodismo contemporáneo.

2. Metodología

La presente revisión sistemática de la literatura se adhiere a la metodología propuesta por Kitchenham (2004), reconocida por su rigor en la selección y análisis de publicaciones. El proceso inició con una búsqueda exhaustiva en cuatro bases de datos académicas de alto impacto: IEEE Xplore, ProQuest Central, Scopus y Taylor & Francis. Se utilizó la cadena de búsqueda ("ARTIFICIAL INTELLIGENCE" OR "IA") AND "JOURNALISM", adaptándola a la sintaxis requerida por cada plataforma. La búsqueda se delimitó a publicaciones en inglés y español, emitidas entre los años 2022 y 2025, lo que arrojó un total inicial de 515 resultados.

Tras la eliminación de duplicados, la muestra inicial quedó conformada por 487 artículos. Posteriormente, se realizó una primera fase de filtrado mediante la revisión de títulos y resúmenes (abstracts) para evaluar su pertinencia. En esta etapa, se excluyeron los estudios que no se alineaban con el campo de la comunicación, se centraban en aspectos puramente técnicos de la IA o no contribuían a responder las preguntas de investigación. Este proceso de selección redujo el corpus a 198 trabajos relevantes.

De los 198 artículos preseleccionados, se logró la descarga del texto completo de 156 documentos. Cada uno de estos fue sometido a una revisión integral para determinar si respondían de manera directa a las preguntas de investigación planteadas. Como resultado de este riguroso proceso de selección, se descartaron aquellos que no cumplían con los criterios finales, responder claramente las preguntas de investigación, consolidando una muestra definitiva de 131 artículos que constituyen el cuerpo de evidencia para este estudio.

Cabe señalar que, por limitaciones de extensión, los 131 artículos que componen la muestra final no se citan explícitamente en el cuerpo de este trabajo, aunque algunos se referencian en los antecedentes y los cuadros de resultados. Sin embargo, la lista completa de las publicaciones revisadas puede consultarse en el [Anexo 1](#).

3. Antecedentes

3.1. La IA en el periodismo: evolución y contexto

La IA ha trascendido la ciencia ficción para convertirse en una tecnología transformadora, remodelando industrias enteras. Definida como la capacidad de un sistema para ejecutar tareas que tradicionalmente requieren inteligencia humana — como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción —, la IA se caracteriza por su autonomía y su habilidad para aprender de la experiencia (Kalfeli & Angeli, 2025).

Su incursión en el periodismo no es reciente. Las primeras formas de automatización de textos se remontan a la década de 1960, con la generación de informes meteorológicos o deportivos consolidándose en los años 90 (Kperogi & Ishiekwene, 2025). Sin embargo, la evolución ha sido exponencial, transitando desde una redacción asistida hacia un *periodismo automatizado* cada vez más sofisticado (Martínez-Navarro, 2025). Hitos como el uso de la plataforma Quill por Narrative Science en 2010 y su popularización por agencias como Associated Press a partir de 2013, marcaron un punto de inflexión (Kperogi & Ishiekwene, 2025). La distinción es crucial: mientras la automatización clásica sigue reglas predefinidas, la IA moderna toma decisiones autónomas mediante modelos de aprendizaje automático, una capacidad que alcanzó un nuevo apogeo con la revolución de la IA Generativa y los Grandes Modelos de Lenguaje (LLM) como ChatGPT a finales de 2022 (Baptista et al., 2025).

Así, esta tecnología se ha diversificado en un abanico de herramientas que se despliegan en subcampos como el aprendizaje automático, el Procesamiento del

Lenguaje Natural (NLP, por su siglas en inglés) y la visión por computadora, optimizando las distintas fases del quehacer periodístico (Umejei et al., 2025).

3.2. El Ecosistema Mediático: Un terreno fértil para la disrupción

Para Guenther et al. (2025) la adopción de la IA en el periodismo no ocurre en el vacío, sino en el contexto de una profunda crisis del modelo de negocio tradicional, agudizada por la digitalización. Este escenario, particularmente severo en medios occidentales, se debe a un cambio radical en los hábitos de consumo, con una migración masiva de lectores y anunciantes hacia plataformas en línea. Los medios impresos, los más afectados, han sufrido recortes de personal significativos, creando un entorno de recursos limitados y una presión constante por garantizar la sostenibilidad económica (Guenther et al., 2025).

En este panorama, la IA emerge como una herramienta estratégica para aumentar la productividad. Para las organizaciones con presupuestos poco saludables, el contenido generado por IA se presenta como una opción atractiva para mejorar los márgenes de beneficio (Matich et al., 2025). La búsqueda de eficiencia es un motor clave, ya que la tecnología permite liberar a los periodistas de tareas rutinarias para que puedan concentrarse en trabajos de mayor profundidad investigativa (Huh et al., 2025).

Esta nueva configuración, sin embargo, genera una tensión palpable en la fuerza laboral por el temor a la pérdida de empleos (Guenther et al., 2025; Matich et al., 2025). Casos como el de G/O Media, que despidió personal para usar traductores automáticos, ilustran esta tendencia. Así, la IA a menudo se presenta como un pretexto para la reestructuración económica, permitiendo a las empresas adaptarse a las presiones del mercado, en ocasiones a costa de la mano de obra humana (Matich et al., 2025).

A esta crisis se suma la dependencia estructural de las grandes plataformas tecnológicas como Google, Meta y Apple, que forman el núcleo infraestructural de la sociedad digital. Esta relación crea una notable asimetría de poder, pues los medios dependen de sus algoritmos para distribuir contenidos y a menudo carecen de los recursos para auditar su opacidad (Becker et al., 2025; Veerbeek, 2025). Con el auge de la IA, esta dependencia se intensifica, ya que las grandes corporaciones tecnológicas son las que desarrollan los modelos más avanzados. Esto crea un dilema para los medios: ¿cómo fiscalizar a compañías de cuyas tecnologías se depende para trabajar? (Amigo & Porlezza, 2025; Veerbeek, 2025).

Finalmente, la digitalización y la IA están redefiniendo el perfil profesional. El periodista transita hacia un modelo híbrido y polivalente, donde las competencias clásicas ya no son suficientes (Albizu-Rivas et al., 2024). Se espera que los profesionales adquieran nuevas habilidades para manejar herramientas de IA, una necesidad que ellos mismos reconocen como un imperativo (Vlăduțescu & Stănescu, 2025). Esta evolución fomenta redacciones colaborativas donde periodistas, científicos de datos y programadores interactúan estrechamente, dando lugar a *trabajos híbridos* (Albizu-Rivas et al., 2024; Jannie Møller & Bonde Thylstrup, 2025). En este escenario, la IA empuja a los profesionales a centrarse en aquellas funciones genuinamente humanas: el pensamiento crítico, la fiscalización del poder y la construcción de narrativas con profundidad (Mohammed et al., 2024).

3.3. La Integración de la IA en el Flujo de Trabajo Periodístico

La adopción de la IA se ha filtrado por todo el proceso periodístico: recolección de información, producción y distribución (Lin & Lewis, 2022; Veerbeek, 2025), introduciendo herramientas específicas para cada etapa.

3.3.1. Fase de Recolección y Descubrimiento

En la fase inicial de recolección, la IA ofrece herramientas avanzadas para monitorizar tendencias y procesar grandes volúmenes de datos (big data) en busca de patrones e historias ocultas (Kperogi & Ishiekwene, 2025; Mohamed El Nemr, 2024). Los medios emplean sistemas de *social listening* para rastrear conversaciones en redes sociales, usando herramientas como ClaimHunter para detectar afirmaciones políticas o Editor para analizar contenido audiovisual que requiere verificación (Cuartielles et al., 2024).

En el periodismo de datos y de investigación, la IA es un recurso invaluable para analizar grandes conjuntos de documentos (Mohamed El Nemr, 2024), como se demostró en el caso de los *Panama Papers* (Kperogi & Ishiekwene, 2025). Herramientas como PinPoint de Google facilitan la transcripción de audios y la organización de información, agilizando la investigación (Domínguez-Partida & García-Félix, 2025). Sin embargo, a pesar de su potencial, algunos periodistas señalan que estas herramientas aún requieren una supervisión manual intensiva, ya que los algoritmos pueden cometer errores (Domínguez-Partida & García-Félix, 2025).

3.3.2. Fase de Producción y Creación de Contenido

Durante la producción, la IA se utiliza para automatizar y agilizar la creación de contenidos. Una de sus aplicaciones más consolidadas es la redacción automatizada mediante Generación de Lenguaje Natural (NLG) en áreas con datos estructurados, como deportes o finanzas, donde herramientas como Wordsmith o Heliograf redactan informes y crónicas (Kalfeli & Angeli, 2025; Martínez-Navarro, 2025; Olabe Sánchez & Arias Robles, 2025).

La IA generativa, con modelos como ChatGPT, se ha vuelto fundamental para la ideación de temas, la elaboración de borradores, la búsqueda de ángulos novedosos y la superación del bloqueo del escritor (Martínez-Navarro, 2025; Mohamed El Nemr, 2024; Umejei et al., 2025). Además del texto, la IA asiste en la creación de contenido multimedia, desde la edición de fotografías (Olabe Sánchez & Arias Robles, 2025) y la selección automática de imágenes, como hace el software Oriel de la BBC (Cheng, 2025), hasta la edición y narración de resúmenes de noticias en video, incluso con presentadores virtuales (Vlăduțescu & Stănescu, 2025).

En el ámbito de la verificación de datos (fact-checking), herramientas como InVID ayudan a detectar manipulaciones en videos (Cuartielles et al., 2024), aunque los expertos advierten que la supervisión humana sigue siendo indispensable, pues las herramientas carecen del juicio y el contexto necesarios para una verificación precisa (Palla & Kostarella, 2025).

3.3.3. Fase de Distribución y Personalización

En la distribución, la IA es crucial para optimizar la entrega de noticias y fortalecer la relación con la audiencia. Los sistemas de recomendación algorítmica asumen una función de *gatekeeping* que tradicionalmente correspondía a los editores, decidiendo la jerarquía y visibilidad de las noticias, como lo hace Sophi, la IA de The Globe and Mail (Hermida & Simon, 2025).

Estas herramientas analizan las preferencias de los usuarios para ofrecer contenidos a medida, gestionar muros de pago dinámicos y optimizar la tracción en redes sociales, con el objetivo de aumentar los ingresos y las suscripciones (Hermida & Simon, 2025; Misri et al., 2025; Spyridou & Ioannou, 2025). Sin embargo, esta personalización genera la preocupación de que se creen *burbujas informativas* que limitan la exposición a perspectivas diversas y refuerzan sesgos. La tensión entre favorecer lo que es popular sobre lo que es de interés público es un riesgo latente, por lo que la supervisión humana es fundamental para mitigar los riesgos y asegurar que la tecnología funcione como un complemento que aumenta las capacidades editoriales (Aleessawi & Alzubi, 2024; Hermida & Simon, 2025).

3.4. El Debate Central: Implicaciones Profesionales y Éticas

La integración de la IA en el periodismo ha desatado un debate profundo sobre sus consecuencias, centrado en la tensión entre el aumento de capacidades y el reemplazo laboral, así como en los desafíos éticos que emergen.

3.4.1. La Tensión entre Aumento y Reemplazo

El discurso sobre la IA en las redacciones oscila entre dos visiones. Por un lado, la perspectiva del *aumento* promete liberar a los periodistas de tareas mecánicas como transcripciones o la redacción de borradores, permitiéndoles dedicar más tiempo a labores de mayor valor, como la investigación y el análisis profundo (Jones & Jones, 2025; Mohamed El Nemr, 2024). En este sentido, la IA se concibe como un socio colaborativo que complementa, pero no sustituye, el juicio humano (Mohamed El Nemr, 2024; Solomons & Ndlovu, 2024).

Por otro lado, la *narrativa del reemplazo* se alimenta de la preocupación tangible por la reducción de personal, con estudios que afirman que este fenómeno ya es una realidad en ciertas áreas y podría extenderse al área del periodismo (Mohamed El Nemr, 2024; Solomons & Ndlovu, 2024). Esta tensión redefine el rol del periodista, quien corre el riesgo de convertirse en un mero usuario de la tecnología, perdiendo autonomía editorial al delegar decisiones en algoritmos (Rydenfelt, 2025). Para contrarrestar esto, se vuelve crucial desarrollar una *alfabetización crítica* en IA que empodere a los profesionales para usar las herramientas de forma responsable y participar en su diseño (Jones & Jones, 2025).

3.4.2. Desafíos Éticos Emergentes

La IA introduce un complejo panorama de desafíos éticos. La naturaleza de *caja negra* de muchas de estas tecnologías intensifica la necesidad de un marco que guíe su uso responsable en temas como la transparencia, la responsabilidad, los sesgos, la protección de datos y los derechos de autor (Kalfeli & Angeli, 2025).

Existe un consenso sobre la necesidad de que los medios revelen cuándo utilizan IA para preservar la confianza del público (Kalfeli & Angeli, 2025). Sin embargo, la cuestión de la responsabilidad final por errores o alucinaciones de los algoritmos constituye aún un punto crítico (Baptista et al., 2025; Mohamed El Nemr, 2024). A esto se suma el desafío de los sesgos algorítmicos, que pueden perpetuar y amplificar prejuicios existentes en los datos de entrenamiento, generando contenido parcializado y erosionando el terreno informativo común (Kalfeli & Angeli, 2025; Mohamed El Nemr, 2024; Rydenfelt, 2025).

El uso de imágenes generadas por IA es un caso de estudio elocuente. Aunque pueden visualizar eventos inaccesibles, su uso es polémico porque construyen una ilusión de la realidad, no un reflejo de ella, lo que puede conducir a la desinformación. Algunos profesionales las consideran *materiales fabricados* que socavan la credibilidad (Kalfeli & Angeli, 2025). Para mitigar estos riesgos, los expertos sugieren marcos regulatorios claros, como el uso de marcas de agua y la comunicación transparente de los prompts utilizados (Kalfeli & Angeli, 2025).

3.4.3. Impacto en los Valores Periodísticos Fundamentales

En este último aspecto, la IA está provocando un debate que se adentra en el núcleo de los valores periodísticos. La autoridad del periodista, ya tensionada por la era digital, se ve nuevamente cuestionada por la automatización, abriendo discusiones sobre ética, autoría y autonomía profesional (Kperogi & Ishiekwene, 2025). Existe una preocupación palpable por la *deshumanización del oficio* y la erosión de competencias críticas si se depende en exceso de estos sistemas (Martínez-Navarro, 2025).

La confianza y la credibilidad también están bajo escrutinio. El uso de IA para crear titulares optimizados para clics puede erosionar la confianza si el contenido no cumple las expectativas (Gherheș et al., 2024), y su potencial para propagar desinformación es una preocupación de suma gravedad para los profesionales (Martínez-Navarro, 2025; Umejei et al., 2025). Asimismo, el valor de la objetividad se ve amenazado tanto por el sesgo algorítmico como por la personalización de noticias, que al crear *burbujas informativas* choca con la misión del periodismo de ofrecer una visión amplia y equilibrada del mundo (Martínez-Navarro, 2025). La percepción generalizada es que, si bien la IA es una herramienta de apoyo, no puede sustituir el juicio, el pensamiento crítico y la ética que siguen siendo el dominio insustituible del profesional humano (Umejei et al., 2025).

4. Resultados

4.1. Resultados de la revisión

La muestra final de 131 artículos seleccionados para esta revisión, publicados entre 2022 y 2025, evidencia un creciente interés académico en la intersección de la IA y el periodismo. La distribución temporal muestra una clara aceleración en la producción científica: 15 artículos corresponden al año 2022, 25 al 2023, 47 al 2024, y 44 trabajos en 2025. En cuanto al idioma, existe un fuerte predominio del inglés (111 publicaciones), seguido por 20 artículos en español. El corpus también presenta una

notable diversidad geográfica, con estudios que analizan el fenómeno en Iberoamérica, diversos países de África como Nigeria, Zimbabue y Sudáfrica, Asia (con casos en China, Vietnam y Tailandia), el Medio Oriente (Jordania) y múltiples naciones de Europa, como Grecia, España y Alemania, lo que demuestra un interés global por la materia.

4.2. Resultados de las preguntas de investigación

El presente apartado expone los hallazgos derivados del análisis sistemático de un corpus de 131 artículos científicos. La información se ha estructurado en función de las cinco preguntas de investigación que guiaron este estudio, permitiendo una exploración detallada de cómo la literatura académica conceptualiza la intersección entre la IA y el periodismo. El análisis revela un campo de estudio dinámico y multifacético, con un predominio de investigaciones cualitativas, como entrevistas y estudios de caso, aunque también con una presencia significativa de enfoques cuantitativos y mixtos. A continuación, se presentan los resultados detallados para cada pregunta.

4.2.1. RQ1: Transformación de Roles, Habilidades y Relaciones Laborales

En esta primera pregunta de investigación se indaga en cómo la literatura conceptualiza la transformación de los roles, habilidades y relaciones laborales de los periodistas ante la integración de la IA en las redacciones (ver Tabla 1). Este es uno de los temas más abordados en el corpus, con contribuciones identificadas en 98 de los 131 artículos analizados. El análisis revela una narrativa dual que oscila entre la optimización de la eficiencia y la preocupación por la precarización laboral.

Tabla 1

Síntesis de Roles, Habilidades y Relaciones Laborales

Roles, habilidades y relaciones laborales	Frecuencia (# de artículos)	Algunas Referencias
Automatización de tareas rutinarias y repetitivas (financieras, deportivas, transcripciones).	78	(Calvo Rubio et al., 2024; Kperogi & Ishiekwene, 2025; Mohamed El Nemr, 2024; Møller, Van Dalen, et al., 2025; Umejei et al., 2025) y otros.
Reenfoque en periodismo de alto valor (investigación, creatividad, análisis profundo).	65	(Aramburú Moncada et al., 2022; Gutierrez Lopez et al., 2023; Kperogi & Ishiekwene, 2025; Ndlovu, 2024; Umejei et al., 2025) y otros.
Preocupación por el reemplazo y la pérdida de empleos en roles específicos.	59	(Almabrouk & Adnan, 2023; Baptista et al., 2025; Kalfeli & Angeli, 2025; Møller, Van Dalen, et al., 2025) y otros.
Necesidad de nuevas habilidades y competencias (tecnológicas, de datos, éticas).	55	(Baptista et al., 2025; Domínguez-Partida & García-Félix, 2025; Eichinger & Chotisarn, 2024; Jones & Jones, 2025; Noain-Sánchez, 2022) y otros.

Surgimiento de roles híbridos y colaboración interdisciplinar (periodista-desarrollador).	41	(Albizu-Rivas et al., 2024; Fieiras-Ceide et al., 2022; Fridman et al., 2025; Gonçalves & Melo, 2022; Jannie Møller & Bonde Thylstrup, 2025) y otros.
Intensificación del trabajo y aumento de la carga laboral por supervisión y multitarea.	23	(Aydın & İnce, 2024; Martínez-Navarro, 2025; Petruccio et al., 2025) y otros.

La interpretación de estos datos muestra un consenso claro en la literatura: la IA está reconfigurando el periodismo principalmente a través de la automatización de tareas de bajo valor cognitivo. Esto genera una doble consecuencia. Por un lado, una visión optimista que sugiere que los periodistas, liberados de labores mecánicas, pueden y deben centrarse en un periodismo de mayor calidad, profundidad e investigación. Por otro lado, emerge una preocupación constante por la devaluación de ciertas funciones y la posible supresión de puestos de trabajo, lo que intensifica la carga laboral de los periodistas restantes, quienes ahora requieren asumir también roles de supervisión tecnológica. La necesidad de adquirir nuevas competencias en datos, programación y ética algorítmica es una conclusión transversal, apuntando a un futuro de perfiles profesionales híbridos y una mayor colaboración entre las redacciones y los equipos técnicos.

4.2.2. RQ2: Dilemas Éticos y Desafíos a la Responsabilidad Periodística

Esta pregunta presenta los principales dilemas éticos y desafíos a la responsabilidad periodística (sesgos, transparencia, desinformación, derechos de autor) que la investigación identifica en el uso de la IA. Como se observa en la Tabla 2, prácticamente la totalidad del corpus (121 artículos) aborda esta dimensión, consolidándola como el área de mayor preocupación y debate en el campo.

Tabla 2

Síntesis de Dilemas Éticos y Desafíos

Dilemas éticos y desafíos	Frecuencia (# de artículos)	Algunas Referencias
Sesgo algorítmico y en los datos de entrenamiento (racial, de género, cultural, político).	95	(Becker et al., 2025; Castillo-Campos et al., 2024; Martínez-Navarro, 2025; Mohamed El Nemr, 2024; Ndlovu, 2024; Spyridou & Ioannou, 2025) y otros.
Desinformación, alucinaciones y contenido falso generado por IA.	89	(Almania, 2024; Arab Open University, Jordan & Alzubi, 2024; Kalfeli & Angeli, 2025; Martínez-Navarro, 2025; Mohamed El Nemr, 2024) y otros.
Falta de transparencia (caja negra) y rendición de cuentas (accountability).	81	(Amigo & Porlezza, 2025; Becker et al., 2025; Kalfeli & Angeli, 2025; Krausová & Moravec, 2022; Rydenfelt, 2025; Sánchez-García et al., 2025) y otros.

Privacidad y protección de datos de usuarios y fuentes.	45	(de-Lima-Santos et al., 2025; González Esteban & Sanahuja, 2023; Jones & Jones, 2025; Martínez-Navarro, 2025; Misri et al., 2025; Yu, 2023) y otros.
Derechos de autor y propiedad intelectual del contenido original y del generado por IA.	38	(Adjin-Tettey et al., 2024; Aleessawi & Alzubi, 2024; Kalfeli & Angeli, 2025; Taha et al., 2024; Trapova & Mezei, 2022) y otros.
Pérdida de control editorial y autonomía frente a la lógica de las plataformas.	35	(Kuai et al., 2022; Mohammed et al., 2024; Petruccio et al., 2025; Rydenfelt, 2025; Simon, 2024) y otros.

El análisis de las contribuciones revela una jerarquía clara en las preocupaciones éticas. El sesgo algorítmico, la generación de desinformación y la falta de transparencia constituyen el núcleo de los desafíos identificados, los cuales son discutidos de manera casi universal en la literatura. Estos tres pilares amenazan directamente la credibilidad y la función social del periodismo. En un segundo nivel de frecuencia, se sitúan las preocupaciones por la privacidad de los datos y los derechos de autor, dilemas que, si bien son cruciales, reciben una atención menos sistemática. Por último, emerge la preocupación por la pérdida de control editorial, donde la lógica de optimización de las plataformas choca con los valores periodísticos tradicionales. La necesidad de una supervisión humana constante y de marcos regulatorios claros es la conclusión transversal más recurrente para mitigar estos riesgos.

4.2.3. RQ3: *Percepciones, Actitudes y Barreras para la Adopción*

En esta pregunta se explora cómo los estudios describen las percepciones, actitudes y barreras para la adopción de la IA por parte de los periodistas y profesionales de los medios. Un total de 84 artículos ofrecieron información relevante, mostrando un panorama dominado por la ambivalencia y por barreras de carácter estructural (ver Tabla 3).

Tabla 3

Síntesis de percepciones, actitudes y barreras para la adopción

Percepciones, actitudes y barreras	Frecuencia (# de artículos)	Algunas Referencias
Actitud ambivalente: optimismo cauto y escepticismo.	68	(Guenther et al., 2025; Mayoral Sánchez et al., 2023; Mohammed et al., 2024; Møller, Cools, et al., 2025; Sanjoy Basak Partha et al., 2024) y otros.
Barrera: Falta de recursos financieros y altos costos de implementación.	51	(Canavilhas, 2022; Domínguez-Partida & García-Félix, 2025; García De Torres et al., 2025; Kperogi & Ishiekwene, 2025) y otros.

Barrera: Falta de conocimiento, habilidades y formación en IA.	49	(Domínguez-Partida & García-Félix, 2025; Gonçalves & Melo, 2022; González Esteban & Sanahuja, 2023; Ncube et al., 2025; Olabe Sánchez & Arias Robles, 2025) y otros.
Percepción de la IA como herramienta de eficiencia y apoyo en tareas rutinarias.	45	(Amigo & Porlezza, 2025; Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos, 2024; Fieiras Ceide et al., 2024; Kalfeli & Angeli, 2025; Palla & Kostarella, 2025) y otros.
Preocupación por la calidad, fiabilidad y errores del contenido generado por IA.	42	(Arab Open University, Jordan & Alzubi, 2024; Dijkstra et al., 2024; Gutiérrez-Caneda et al., 2023; Mohamed El Nemr, 2024; Thäsler-Kordonouri et al., 2024) y otros.
Barrera: Falta de estrategia y políticas claras en las organizaciones de medios.	27	(Adjin-Tettey et al., 2024; Kalfeli & Angeli, 2025; Solomons & Ndlovu, 2024) y otros.

La percepción predominante entre los periodistas es de una marcada ambivalencia. Por un lado, se reconoce el potencial de la IA como una herramienta valiosa para mejorar la eficiencia y automatizar tareas tediosas. Por otro, esta visión optimista convive con un profundo escepticismo sobre la fiabilidad de la tecnología y un temor constante a la precarización laboral y la pérdida de control editorial.

Las barreras para una adopción más profunda no son principalmente ideológicas, sino estructurales. La falta de recursos económicos, la carencia de formación y habilidades técnicas en las redacciones, y la ausencia de una estrategia institucional clara son los obstáculos más citados. Esto es especialmente agudo en medios locales o en países del Sur Global, donde la brecha tecnológica y de recursos es más pronunciada.

4.2.4. RQ4: Impacto en los Valores Periodísticos Fundamentales

En esta sección se revela cómo la literatura aborda el impacto de la IA en valores periodísticos fundamentales como la autoridad, la objetividad, la autonomía y la creatividad. Un total de 102 artículos contenían reflexiones sobre esta dimensión, concluyendo mayoritariamente que la tecnología desafía estos valores, pero a la vez refuerza la necesidad del juicio humano.

Tabla 4

Resumen de Impactos en los Valores Periodísticos

Valor Periodístico	Impacto Identificado en la Literatura	Frecuencia	Algunas Referencias
Autoridad y Credibilidad	Amenazada por la desinformación y la falta de transparencia, pero reforzada por la necesidad de verificación y supervisión humana.	88	(Cloudy et al., 2023; Forja-Pena et al., 2024; La-Rosa Barrolleta & Sandoval-Martín, 2024; Møller, Van Dalen, et al., 2025; Sánchez-García et al., 2025) y otros.

Objetividad	Cuestionada por los sesgos algorítmicos y la opacidad, pero potencialmente mejorada en tareas basadas en datos.	81	(Rydenfelt, 2025; Stenbom et al., 2023; Veerbeek, 2025; Zou & Li, 2025) y otros.
Autonomía del Periodista	Reducida por la dependencia tecnológica y el control gerencial, pero potencialmente aumentada al liberar tiempo para tareas complejas.	79	(Gutierrez Lopez et al., 2023; Petruccio et al., 2025; Rydenfelt, 2025; Simon, 2024) y otros.
Creatividad	Amenazada por la estandarización y la automatización, pero potenciada al permitir al periodista enfocarse en la narrativa y la innovación.	67	(Albizu-Rivas et al., 2024; Aramburú Moncada et al., 2022; Mohamed El Nemr, 2024; Noain-Sánchez, 2022; Olabe Sánchez & Arias Robles, 2025) y otros.
Autonomía de la Audiencia	Limitada por las burbujas de filtro y la personalización, pero potencialmente mejorada con mayor acceso y formatos interactivos.	33	(Fieiras-Ceide et al., 2023; Kalfeli & Angeli, 2025; Martínez-Navarro, 2025; Subiela-Hernández et al., 2023; Yu, 2023) y otros.

El impacto de la IA en los valores periodísticos se conceptualiza como una tensión constante. Cada valor fundamental se ve, de alguna manera, amenazado por la lógica de la automatización. La autoridad se erosiona ante la desinformación generada por IA; la objetividad se ve comprometida por sesgos inherentes; la autonomía del periodista disminuye por la dependencia de plataformas externas; y la creatividad corre el riesgo de ser homogeneizada.

Sin embargo, la conclusión recurrente en la literatura es que esta misma amenaza sirve para reafirmar el valor insustituible del componente humano. Frente a los fallos de la máquina, el juicio crítico, la ética, la empatía, la contextualización y la creatividad del periodista no solo se vuelven necesarios, sino que se revalorizan como el núcleo del periodismo de calidad. La tecnología, por tanto, no elimina estos valores, sino que redefine el rol del periodista como su principal garante.

4.2.5. RQ5: Enfoques Metodológicos y Diseños de Investigación

Con respecto a esta pregunta, la Tabla 5 identifica los enfoques metodológicos y los diseños de investigación que predominan en la literatura analizada. El análisis de los 131 artículos revela una preferencia por los métodos cualitativos para explorar un fenómeno todavía en evolución, aunque con una sólida presencia de diseños cuantitativos y mixtos.

Tabla 5
Resumen de enfoques y diseños metodológicos

Enfoque / Diseño Metodológico	Frecuencia (# de artículos)	Algunas Referencias
-------------------------------	-----------------------------	---------------------

Cualitativo (Entrevistas, Estudios de Caso, Análisis de Contenido/Discurso)	64	(Misri et al., 2025; Møller, Van Dalen, et al., 2025; Ndlovu, 2024; Rydenfelt, 2025; Sirén-Heikel et al., 2023) y otros.
Cuantitativo (Encuestas, Experimentos, Análisis Computacional)	33	(Aydın & İnce, 2024; Cuartielles et al., 2024; Jang et al., 2024; Mohamed El Nemr, 2024) y otros.
Métodos Mixtos (Combinación de cualitativo y cuantitativo)	19	(García De Torres et al., 2025; Gutiérrez-Caneda et al., 2023; Martínez-Navarro, 2025; Sanjoy Basak Partha et al., 2024) y otros.
Revisión de Literatura / Ensayo Conceptual	15	(Gómez-Diago, 2022; González Esteban & Sanahuja, 2023; Spyridou & Ioannou, 2025; Trapova & Mezei, 2022; Yu, 2023) y otros.

La investigación sobre IA y periodismo está dominada por enfoques cualitativos. Las entrevistas en profundidad con periodistas, editores y tecnólogos, junto con los estudios de caso de redacciones específicas, son los diseños más comunes. Este predominio sugiere que el campo se encuentra en una fase exploratoria, donde el objetivo principal es comprender las percepciones, experiencias y desafíos contextuales de los actores implicados.

Los enfoques cuantitativos, principalmente a través de encuestas a profesionales y experimentos con audiencias, se utilizan para medir la prevalencia de ciertas actitudes, la tasa de adopción de tecnologías y la percepción de la calidad o el sesgo en el contenido generado por IA. Los métodos mixtos y las revisiones sistemáticas también tienen una presencia relevante, indicando un esfuerzo por triangular datos y consolidar el conocimiento en un campo de estudio en rápida expansión.

5. Discusión

La revisión sistemática de los 131 artículos revela un panorama coherente y, a la vez, lleno de tensiones. Las áreas con mayor desarrollo y consenso son la transformación de los roles profesionales (RQ1) y los dilemas éticos (RQ2). En ambos casos, la literatura converge en una visión dual: la IA como herramienta de eficiencia y como fuente de riesgos significativos (pérdida de empleo, sesgos, desinformación). La conclusión transversal es inequívoca: la supervisión humana no es solo una recomendación, sino un imperativo para la integración responsable de la tecnología.

Las percepciones de los periodistas (RQ3) reflejan esta misma dualidad, mostrando una actitud de optimismo cauto frenada por barreras estructurales, principalmente la falta de recursos y formación. Esto apunta a una brecha significativa entre el *hype* tecnológico y la realidad material de la mayoría de las redacciones. El análisis del impacto en los valores periodísticos (RQ4) funciona como una síntesis de todas las demás preguntas, concluyendo que, si bien la IA desafía los pilares de la profesión, también obliga a una reafirmación del juicio, la ética y la creatividad humanas como el verdadero valor diferencial del periodismo.

Una posible limitación de la literatura analizada es un sesgo geográfico hacia el Norte Global (Europa y Estados Unidos), aunque se identificaron estudios valiosos de África, América Latina y Asia que a menudo destacan barreras y perspectivas únicas. Es pertinente que futuras investigaciones busquen profundizar en estos contextos, así como explorar los efectos a largo plazo de la colaboración humano-máquina en la cultura de las redacciones a través de estudios etnográficos.

6. Conclusiones

Tras el análisis sistemático de 131 artículos, este estudio permite concluir que la relación entre la inteligencia artificial y el periodismo es un campo marcado por una tensión constante entre la promesa de la eficiencia y el riesgo de la deshumanización. La literatura converge de manera inequívoca en que la IA está reconfigurando la profesión, pero no necesariamente de la forma en que los discursos más deterministas predicen. A continuación, se sintetizan las conclusiones principales:

Redefinición, no solo reemplazo: más que una sentencia de reemplazo laboral, la IA impulsa una redefinición de roles. La automatización de tareas mecánicas y repetitivas está forzando a los periodistas a centrarse en aquellas capacidades genuinamente humanas que la tecnología no puede replicar: el pensamiento crítico, la investigación profunda, la creatividad narrativa y la fiscalización del poder. Sin embargo, esta transición no está exenta de riesgos, como la precarización de ciertos puestos y la intensificación de la carga laboral para quienes se encargan de supervisar los sistemas automatizados.

La ética como eje central: el debate más profundo y extendido en la literatura no es técnico, sino ético. El sesgo algorítmico, la generación de desinformación y la falta de transparencia de los sistemas de *caja negra* son identificados como las amenazas más serias para la credibilidad y la función social del periodismo. Por ello, la conclusión más transversal de la investigación es la necesidad imperativa de una supervisión humana constante y crítica. La tecnología puede ser un asistente, pero la responsabilidad editorial final debe permanecer, sin excepción, en manos de los profesionales.

Una adopción desigual y condicionada: la integración de la IA no es homogénea. Existe una brecha significativa entre las capacidades de los grandes medios internacionales y la realidad de las redacciones más pequeñas, locales o del Sur Global. Las principales barreras para la adopción no son el rechazo ideológico, sino obstáculos estructurales como la falta de recursos económicos, la carencia de formación especializada y la ausencia de estrategias claras por parte de las organizaciones mediáticas.

Revalorización del juicio humano: si bien la IA desafía valores periodísticos como la autoridad, la objetividad y la autonomía, esta misma amenaza sirve para reafirmar su importancia. Frente a los errores, sesgos y *alucinaciones* de los algoritmos, el juicio ético, la contextualización y la empatía del periodista no solo se vuelven indispensables, sino que se revalorizan como el verdadero pilar del periodismo de calidad.

Como consecuencia, el futuro del periodismo no dependerá de adoptar o rechazar la inteligencia artificial, sino de la capacidad de los profesionales y los medios para gobernarla. La integración exitosa será aquella que logre poner la tecnología al servicio de los valores periodísticos, y no al revés, asegurando que la búsqueda de la eficiencia nunca sacrifique el compromiso con la verdad y la responsabilidad social.

Referencias

- Adjin-Tettey, T. D., Muringa, T., Danso, S., & Zondi, S. (2024). The Role of Artificial Intelligence in Contemporary Journalism Practice in Two African Countries. *Journalism and Media*, 5(3), 846–860.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5030054>
- Albizu-Rivas, I., Parratt-Fernández, S., & Mera-Fernández, M. (2024). Artificial Intelligence in Slow Journalism: Journalists' Uses, Perceptions, and Attitudes. *Journalism and Media*, 5(4), 1836–1850.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5040111>
- Aleessawi, N. A. K., & Alzubi, S. F. (2024). The Implications of Artificial Intelligence (AI) on the Quality of Media Content. *Studies in Media and Communication*, 12(4), 41. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i4.7058>
- Almabrouk, K., & Adnan, H. (2023). Human responsibilities of investigative journalists in the digital age. *Multidisciplinary Science Journal*, 6(6), 2024092. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2024092>
- Almania, A. M. (2024). The Mechanisms for Employing Artificial Intelligence in Saudi Journalisms and its Impact on the Development of Journalistic Content. *Journal of Ecohumanism*, 3(7).
<https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4606>
- Amigo, L., & Porlezza, C. (2025). “Journalism Will Always Need Journalists.” The Perceived Impact of AI on Journalism Authority in Switzerland. *Journalism Practice*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2487534>
- Arab Open University, Jordan, & Alzubi, S. F. (2024). Challenges of Using the ChatGPT Application in Journalism Work. *Jurnal Komunikasi: Malaysian*

Journal of Communication, 40(4), 164–180.

<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4004-09>

Aramburú Moncada, L. G., López Redondo, I., & López Hidalgo, A. (2022).

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://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1550>

Aydın, B., & İnce, M. (2024). CAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE WRITE

NEWS: A RESEARCH ON DETERMINING THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON NEWS WRITING PRACTICE.

Intermedia International E-Journal, 11(20), 24–41.

<https://doi.org/10.56133/intermedia.1436647>

Baptista, J. P., Rivas-de-Roca, R., Gradim, A., & Pérez-Curiel, C. (2025). Human-made news vs AI-generated news: A comparison of Portuguese and Spanish journalism students' evaluations. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 567. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04872-2>

Becker, K. B., Simon, F. M., & Crum, C. (2025). Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations. *Digital Journalism*, 1–21.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2431519>

Calvo Rubio, L. M., Ufarte Ruiz, M. J., & Murcia Verdú, F. J. (2024). A

Methodological Proposal to Evaluate Journalism Texts Created for Depopulated Areas Using AI. *Journalism and Media*, 5(2), 671–687.

<https://doi.org/10.3390/journalmedia5020044>

- Calvo-Rubio, L.-M., & Rojas-Torrijos, J.-L. (2024). Criteria for journalistic quality in the use of artificial intelligence. *Communication & Society*, 247–259.
<https://doi.org/10.15581/003.37.2.247-259>
- Canavilhas, J. (2022). Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Media. *Journalism and Media*, 3(3), 510–520. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3030035>
- Castillo-Campos, M., Varona-Aramburu, D., & Becerra-Alonso, D. (2024). Artificial Intelligence Tools and Bias in Journalism-related Content Generation: Comparison Between Chat GPT-3.5, GPT-4 and Bing. *Tripodos*, 55, 06.
<https://doi.org/10.51698/tripodos.2024.55.06>
- Cheng, S. (2025). When Journalism Meets AI: Risk or Opportunity? *Digital Government: Research and Practice*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.1145/3665897>
- Cloudy, J., Banks, J., & Bowman, N. D. (2023). The Str(AI)ght Scoop: Artificial Intelligence Cues Reduce Perceptions of Hostile Media Bias. *Digital Journalism*, 11(9), 1577–1596.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1969974>
- Cuartielles, R., Mauri-Ríos, M., & Rodríguez-Martínez, R. (2024). Transparency in AI usage within fact-checking platforms in Spain and its ethical challenges. *Communication & Society*, 257–271. <https://doi.org/10.15581/003.37.4.257-271>
- de-Lima-Santos, M.-F., Yeung, W. N., & Dodds, T. (2025). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & SOCIETY*, 40(4), 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>

- Dijkstra, A. M., De Jong, A., & Boscolo, M. (2024). Quality of science journalism in the age of Artificial Intelligence explored with a mixed methodology. *PLOS ONE*, 19(6), e0303367. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303367>
- Domínguez-Partida, G., & García-Félix, E. M. (2025). Entre la Eficiencia y la Desinformación: La integración de la Inteligencia Artificial en el Periodismo Mexicano. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 167–177. <https://doi.org/10.5209/emp.99504>
- Eichinger, S., & Chotisarn, N. (2024). *Exploring cutting-edge data visualization: Unveiling opportunities and overcoming challenges in thai journalism amid AI disruption.*
- Fieiras Ceide, C., Vaz Álvarez, M., & Maroto González, I. (2024). AI Implementation Strategies in the Spanish Press Media: Organizational Dynamics, Application Flows, Uses and Future Trends. *Tripodos*, 55, 01. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2024.55.01>
- Fieiras-Ceide, C., Vaz-Álvarez, M., & Túnuez-López, M. (2022). Artificial intelligence strategies in European public broadcasters: Uses, forecasts and future challenges. *El Profesional de la información*, e310518. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.18>
- Fieiras-Ceide, C., Vaz-Álvarez, M., & Túnuez-López, M. (2023). Designing personalisation of European public service media (PSM): Trends on algorithms and artificial intelligence for content distribution. *El Profesional de la información*, e320311. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.11>
- Forja-Pena, T., García-Orosa, B., & López-García, X. (2024). The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of

- Artificial Intelligence in Digital Journalism. *Communication & Society*, 237–254. <https://doi.org/10.15581/003.37.3.237-254>
- Fridman, M., Krøvel, R., & Palumbo, F. (2025). How (not to) Run an AI Project in Investigative Journalism. *Journalism Practice*, 19(6), 1362–1379. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2253797>
- García De Torres, E., Ramos, G., Yezers'ka, L., Gonzales, M., Higuera, L., & Herrera, C. (2025). The use and ethical implications of artificial intelligence, collaboration, and participation in local Ibero-American newsrooms. *Frontiers in Communication*, 10, 1539844. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1539844>
- Gherheș, V., Fărcașiu, M. A., & Cernicova-Buca, M. (2024). Are ChatGPT-Generated Headlines Better Attention Grabbers than Human-Authored Ones? An Assessment of Salient Features Driving Engagement with Online Media. *Journalism and Media*, 5(4), 1817–1835. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040110>
- Gómez-Diago, G. (2022). Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 29–46. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1542>
- Gonçalves, A., & Melo, P. V. (2022). Inteligencia artificial y periodismo: Una aproximación al contexto portugués. *Fonseca, Journal of Communication*, 25, 23–34. <https://doi.org/10.14201/fjc.29682>
- González Esteban, E., & Sanahuja, R. (2023). Exigencias éticas para un periodismo responsable en el contexto de la inteligencia artificial. *Daimon*, 90, 131–145. <https://doi.org/10.6018/daimon.557391>

- Guenther, L., Kunert, J., & Goodwin, B. (2025). "Away from this duty of chronicler and towards the unicorn": How German science journalists assess their future with (generative) Artificial Intelligence. *Journal of Science Communication*, 24(2). <https://doi.org/10.22323/2.24020206>
- Gutierrez Lopez, M., Porlezza, C., Cooper, G., Makri, S., MacFarlane, A., & Missaoui, S. (2023). A Question of Design: Strategies for Embedding AI-Driven Tools into Journalistic Work Routines. *Digital Journalism*, 11(3), 484–503. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043759>
- Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *El Profesional de la información*, e320514. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14>
- Hermida, A., & Simon, F. M. (2025). AI in the Newsroom: Lessons from the Adoption of The Globe and Mail's Sophi. *Journalism Practice*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2471781>
- Huh, E., Kubin, E., & Von Sikorski, C. (2025). Can AI-generated news reduce hostile media perceptions? Findings from two experiments. *Frontiers in Communication*, 10, 1484186. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1484186>
- Jang, W. (Eric), Kwak, D. H., & Bucy, E. (2024). Knowledge of automated journalism moderates evaluations of algorithmically generated news. *New Media & Society*, 26(10), 5898–5922. <https://doi.org/10.1177/14614448221142534>
- Jannie Møller, H., & Bonde Thylstrup, N. (2025). The Algorithmic Gut Feeling – Articulating Journalistic Doxa and Emerging Epistemic Frictions in AI-

- Driven Data Work. *Digital Journalism*, 13(3), 438–456.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2319641>
- Jones, B., & Jones, R. (2025). Action research at the BBC: Interrogating artificial intelligence with journalists to generate actionable insights for the newsroom. *Journalism*, 26(8), 1708–1725. <https://doi.org/10.1177/14648849251317150>
- Kalfeli, P. (Naya), & Angeli, C. (2025). The Intersection of AI, Ethics, and Journalism: Greek Journalists' and Academics' Perspectives. *Societies*, 15(2), 22. <https://doi.org/10.3390/soc15020022>
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for Performing Systematic Reviews*. 33.
- Kperogi, F. A., & Ishiekwene, A. (2025). Light in a digital black hole: Exploration of emergent artificial intelligence journalism in Nigeria. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*. https://doi.org/10.1386/ajms_00164_1
- Krausová, A., & Moravec, V. (2022). *Ethical Protection of AI-Generated News from the Perspective of Copyright and Other Laws*.
- Kuai, J., Ferrer-Conill, R., & Karlsson, M. (2022). AI ≥ Journalism: How the Chinese Copyright Law Protects Tech Giants' AI Innovations and Disrupts the Journalistic Institution. *Digital Journalism*, 10(10), 1893–1912.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2120032>
- La-Rosa Barrolleta, L. A., & Sandoval-Martín, T. (2024). Artificial intelligence versus journalists: The quality of automated news and bias by authorship using a Turing test. *Anàlisi*, 70, 15–36.
<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3681>
- Martínez-Navarro, G. (2025). Inteligencia Artificial y Periodismo: Explorando el punto de vista de los periodistas. *Doxa Comunicación. Revista*

Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales, 259–278.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2717>

Matich, P., Thomson, T. J., & Thomas, R. J. (2025). Old Threats, New Name?

Generative AI and Visual Journalism. *Journalism Practice*, 1–20.

<https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2451677>

Mayoral Sánchez, J., Parratt Fernández, S., & Mera Fernández, M. (2023). Uso

periodístico de la IA en medios de comunicación españoles: Mapa actual y perspectivas para un futuro inmediato. *Estudios sobre el Mensaje*

Periodístico, 29(4), 821–832. <https://doi.org/10.5209/esmp.89193>

Misri, A., Blanchett, N., & Lindgren, A. (2025). “There’s a Rule Book in my Head”:

Journalism Ethics Meet A.I. in the Newsroom. *Digital Journalism*, 1–19.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2495693>

Mohamed El Nemr, A. (2024). The Attitudes of Journalists Toward Written Content

Generated by AI. *Arab Media & Society*, 37.

<https://doi.org/10.70090/AMEN24AI>

Mohammed, A., Elegu, A. A., Ahmad, M. B., & Oloyede, F. (2024). Friends or

Foes? Exploring the Framing of Artificial Intelligence Innovations in Africa-Focused Journalism. *Journalism and Media*, 5(4), 1749–1770.

<https://doi.org/10.3390/journalmedia5040106>

Møller, L. A., Cools, H., & Skovsgaard, M. (2025). One Size Fits Some: How

Journalistic Roles Shape the Adoption of Generative AI. *Journalism*

Practice, 1–22. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2484622>

Møller, L. A., Van Dalen, A., & Skovsgaard, M. (2025). A Little of that Human

Touch: How Regular Journalists Redefine Their Expertise in the Face of

- Artificial Intelligence. *Journalism Studies*, 26(1), 84–100.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2412212>
- Ncube, L., Mofokeng, R. W., Chibuwe, A., Munoriyarwa, A., & Murangi, A. K.-. (2025). ‘Mind the gap’: Artificial intelligence and journalism training in Southern African journalism schools. *Media Practice and Education*, 1–17.
<https://doi.org/10.1080/25741136.2025.2464483>
- Ndlovu, M. (2024). Audience perceptions of AI-driven news presenters: A case of ‘Alice’ in Zimbabwe. *Media, Culture & Society*, 46(8), 1692–1706.
<https://doi.org/10.1177/01634437241270982>
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105–121.
<https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>
- Olabe Sánchez, F., & Arias Robles, F. (2025). Divergencias en el uso de la IA generativa entre los periodistas deportivos en España. *Comunicación y Sociedad*. <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8839>
- Palla, Z., & Kostarella, I. (2025). Journalists’ Perspectives on the Role of Artificial Intelligence in Enhancing Quality Journalism in Greek Local Media. *Societies*, 15(4), 89. <https://doi.org/10.3390/soc15040089>
- Petrucchio, P., Neilson, T., & Stöcker, C. (2025). ‘A Part of Our Work Disappeared’: AI Automated Publishing in Social Media Journalism. *Journalism and Media*, 6(1), 30. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010030>
- Rydenfelt, H. (2025). Autonomy and Algorithms: Tracing the Significance of Content Personalization. *International Journal of Communication*, 19.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/23474/4894>

- Sánchez-García, P., Díez-Gracia, A., Mayorga, I. R., & Jerónimo, P. (2025). Media Self-Regulation in the Use of AI: Limitation of Multimodal Generative Content and Ethical Commitments to Transparency and Verification. *Journalism and Media*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010029>
- Sanjoy Basak Partha, Maliha Tabassum, Md. Ashraful Goni, & Priyanka Kundu. (2024). Artificial intelligence (AI) and future newsrooms: A study on journalists of Bangladesh. *Pacific Journalism Review : Te Koakoa*, 30(1and2), 96–110. <https://doi.org/10.24135/pjr.v30i1and2.1235>
- Simon, F. M. (2024). Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies. *Digital Journalism*, 12(2), 149–170. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464>
- Sirén-Heikel, S., Kjellman, M., & Lindén, C. (2023). At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence — (Re)defining journalistic logics from the perspective of technologists. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(3), 354–366. <https://doi.org/10.1002/asi.24656>
- Solomons, S., & Ndlovu, M. W. (2024). AI Adoption in South African Newsrooms: Exploring Journalists' Perceptions. *Communicatio*, 50(2), 122–143. <https://doi.org/10.1080/02500167.2024.2439971>
- Spyridou, P. (Lia), & Ioannou, M. (2025). Exploring AI Amid the Hype: A Critical Reflection Around the Applications and Implications of AI in Journalism. *Societies*, 15(2), 23. <https://doi.org/10.3390/soc15020023>

- Veerbeek, J. (2025). Fighting Fire with Fire: Journalistic Investigations of Artificial Intelligence Using Artificial Intelligence Techniques. *Journalism Practice*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2479499>
- Vlăduțescu, Ștefan, & Stănescu, G. C. (2025). The Role of Artificial Intelligence in Romanian Broadcasting: Opportunities and Challenges. *Journalism and Media*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010022>
- Yu, M. (2023). Exploring the Problems of Applying Intelligent Media in Chinese Journalism Based on the Perspective of Artificial Intelligence. *SHS Web of Conferences*, 174, 02008. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317402008>
- Zou, Y., & Li, X. (2025). Application and Ethical Review of Artificial Intelligence Technology in News Writing and Editing and Distribution. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 10(1), 20250533. <https://doi.org/10.2478/amns-2025-0533>

ANEXOS

Anexo 1 – Lista de artículos revisados

N.	Título	Autores	Año
1	Ethical Protection of AI-Generated News from the Perspective of Copyright and Other Laws	Krausová, Alžběta and Moravec, Václav	2022
2	AI ≥ Journalism: How the Chinese Copyright Law Protects Tech Giants' AI Innovations and Disrupts the Journalistic Institution	Kuai, Joanne and Ferrer-Conill, Raul and Karlsson, Michael	2022
3	Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics	Noain-Sánchez, Amaya	2022
4	Virality, only the tip of the iceberg: ways of spread and interaction around COVID-19 misinformation in Twitter	Villar-Rodríguez, Guillermo and Souto-Rico, Mónica and Martín, Alejandro	2022
5	La inteligencia artificial en la narrativa sonora. Estudio de caso	Yaguana Romero, Hernán and Arrobo-Agila, Juan Pablo and Rene Jaramillo, Alex	2022
6	Artificial intelligence strategies in European public broadcasters: Uses, forecasts and future challenges	Fieiras-Ceide, César and Vaz-Álvarez, Martín and Tüñez-López, Miguel	2022
7	Inteligencia artificial y periodismo: una aproximación al contexto portugués	Gonçalves, Adriana and Melo, Paulo Victor	2022
8	AI 'Everywhere and Nowhere': Addressing the AI Intelligibility Problem in Public Service Journalism	Jones, Bronwyn and Jones, Rhianne and Luger, Ewa	2022
9	Journalists' Perceptions towards Employing Artificial Intelligence Techniques in Jordan TV's Newsrooms	Sharadga, Tahseen Mohammad Anis and Tahat, Zuhair and Safori, Amjad Omar	2022
10	Perspectivas para abordar la inteligencia artificial en la enseñanza de periodismo. Una revisión de experiencias investigadoras y docentes	Gómez-Diago, Gloria	2022
11	Supporting Newsrooms with Journalistic Knowledge Graph Platforms: Current State and Future Directions	Gallofré Ocaña, Marc and Opdahl, Andreas	2022
12	Ética y uso periodístico de la inteligencia artificial. Los medios públicos y las plataformas de verificación como precursores de la rendición de cuentas en España	Sanahuja Sanahuja, Rosana and López Rabadán, Pablo	2022
13	What Do You Think of AI? Research on the Influence of AI News Anchor Image on Watching Intention	Xue, Ke and Li, Yifei and Jin, Hanqing	2022
14	Robojournalism – A Copyright Study on the Use of Artificial Intelligence in the European News Industry	Trapova, Alina and Mezei, Péter	2022
15	Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Media	Canavilhas, João	2022
16	Inteligencia artificial en RTVE al servicio de la España vacía. Proyecto de cobertura informativa con redacción automatizada para las elecciones municipales de 2023	Aramburú Moncada, Luisa Graciela and López Redondo, Isaac and López Hidalgo, Antonio	2022
17	Human responsibilities of investigative journalists in the digital age	Almabrouk, Khalil and Adnan, Hamed	2023
18	Uso periodístico de la IA en medios de comunicación españoles: mapa actual y perspectivas para un futuro inmediato	Mayoral Sánchez, Javier and Parratt Fernández, Sonia and Mera Fernández, Montse	2023
19	AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology	Gutiérrez-Caneda, Beatriz and Vázquez-Herrero, Jorge and López-García, Xosé	2023
20	Freezing out: Legacy media's shaping of AI as a cold controversy	Dandurand, Guillaume and McKelvey, Fenwick and Roberge, Jonathan	2023
21	Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales	Pauner Chulvi, Cristina	2023
22	The Str(Al)ght Scoop: Artificial Intelligence Cues Reduce Perceptions of Hostile Media Bias	Cloudy, Joshua and Banks, Jaime and Bowman, Nicholas David	2023
23	Retraining fact-checkers: The emergence of ChatGPT in information verification	Cuartielles, Roger and Ramon-Vegas, Xavier and Pont-Sorribes, Carles	2023
24	Designing personalisation of European public service media (PSM): trends on algorithms and artificial intelligence for content distribution	Fieiras-Ceide, César and Vaz-Álvarez, Martín and Tüñez-López, Miguel	2023
25	Exploring Communicative AI: Reflections from a Swedish Newsroom	Stenbom, Agnes and Wiggberg, Mattias and Norlund, Tobias	2023
26	ChatGPT: Stream of opinion in five newspapers in the first 100 days since its launch	González-Arias, Cristian and López-García, Xosé	2023
27	At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence — (Re)defining journalistic logics from the perspective of technologists	Sirén-Heikel, Stefanie and Kjellman, Martin and Lindén, Carl-Gustav	2023

N.	Título	Autores	Año
28	A Question of Design: Strategies for Embedding AI-Driven Tools into Journalistic Work Routines	Gutierrez Lopez, Marisela and Porlezza, Colin and Cooper, Glenda and Makri, Stephann and MacFarlane, Andrew and Missaoui, Sondess	2023
29	Exigencias éticas para un periodismo responsable en el contexto de la inteligencia artificial	González Esteban, Elsa and Sanahuja, Rosana	2023
30	A Software Reference Architecture for Journalistic Knowledge Platforms	Gallofré Ocaña, Marc and Opdahl, Andreas L.	2023
31	Exploring News Innovations, Journalistic Routines, and Role Perceptions during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Egyptian Journalists	Arafat, Rana and Porlezza, Colin	2023
32	Promoting responsible AI : A European perspective on the governance of artificial intelligence in media and journalism	Porlezza, Colin	2023
33	Novinar u doba umjetne inteligencije – može li chatbot postati autor u medijima?	Ciboci Perša, Lana and Labaš, Danijel and Uldrijan, Ivan	2023
34	AI voices reduce cognitive activity? A psychophysiological study of the media effect of AI and human newscasts in Chinese journalism	Gong, Chen	2023
35	Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal	Canavilhas, João and Giacomelli, Fábio	2023
36	Exploring the Problems of Applying Intelligent Media in Chinese Journalism Based on the Perspective of Artificial Intelligence	Yu, Ma	2023
37	Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists	Ufarte-Ruiz, María-José and Murcia-Verdú, Francisco-José and Túniz-López, José-Miguel	2023
38	Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: challenges, uses and training proposal	Lopezosa, Carlos and Codina, Lluís and Pont-Sorribes, Carles and Váñez, Mari	2023
39	Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural, a partir do modelo GPT, para difusão de notícias falsas	Saad, Elizabeth and Carneiro Dos Santos, Márcio	2023
40	Data-Driven Deep Journalism to Discover Age Dynamics in Multi-Generational Labour Markets from LinkedIn Media	Alaql, Abeer Abdullah and AlQurashi, Fahad and Mehmood, Rashid	2023
41	Retos y oportunidades en la lucha contra la desinformación y los derechos de autor en Periodismo: MediaVerse (IA, blockchain y smart contracts)	Subiela-Hernández, Blas-José and Gómez-Company, Ariana and Vizcaíno-Laorga, Ricardo	2023
42	The Attitudes of Journalists Toward Written Content Generated by AI	Mohamed El Nemr, Amira	2024
43	Audience perceptions of AI-driven news presenters: A case of 'Alice' in Zimbabwe	Ndlovu, Mphathisi	2024
44	The Implications of Artificial Intelligence (AI) on the Quality of Media Content	Aleessawi, Najm Abed Khalaf and Alzubi, Solafah Farouq	2024
45	Are ChatGPT-Generated Headlines Better Attention Grabbers than Human-Authored Ones? An Assessment of Salient Features Driving Engagement with Online Media	Gherheş, Vasile and Fărcaşiu, Marcela Alina and Cernicova-Buca, Mariana	2024
46	Knowledge of automated journalism moderates evaluations of algorithmically generated news	Jang, Wonseok (Eric) and Kwak, Dae Hee and Bucy, Erik	2024
47	Transparency in AI usage within fact-checking platforms in Spain and its ethical challenges	Cuartielles, Roger and Mauri-Ríos, Marcel and Rodríguez-Martínez, Ruth	2024
48	La IA como contenido informativo en las cadenas de televisión españolas. Análisis de su presencia e impacto en La 1, Antena 3 y Tele 5	Díaz Monsalvo, Miguel Ángel and López Vidales, Nereida	2024
49	The Effects of Assumed AI vs. Human Authorship on the Perception of a GPT-Generated Text	Lermann Henestrosa, Angelica and Kimmerle, Joachim	2024
50	Friends or Foes? Exploring the Framing of Artificial Intelligence Innovations in Africa-Focused Journalism	Mohammed, Abdulateef and Elegu, Adeola Abdulateef and Ahmad, Murtada Busair and Oloyede, Felix	2024
51	Artificial Intelligence in Slow Journalism: Journalists' Uses, Perceptions, and Attitudes	Albizu-Rivas, Iban and Parratt-Fernández, Sonia and Mera-Fernández, Montse	2024
52	The Mechanisms for Employing Artificial Intelligence in Saudi Journalisms and its Impact on the Development of Journalistic Content	Almania, Ali Mohammed	2024
53	A data-centric approach for ethical and trustworthy AI in journalism	Dierickx, Laurence and Opdahl, Andreas Lothe and Khan, Sohail Ahmed and Lindén, Carl-Gustav and Guerrero Rojas, Diana Carolina	2024
54	AI Adoption in South African Newsrooms: Exploring Journalists' Perceptions	Solomons, Soligah and Ndlovu, Musawenkosi W.	2024
55	Artificial Intelligence as an Opportunity for Journalism: Insights from the Brazilian and Portuguese Media	Canavilhas, João and Ioscote, Fabia and Gonçalves, Adriana	2024

N.	Título	Autores	Año
56	Contemporary Tasks for Jordanian Journalists in the Era of Artificial Intelligence	Al-Zoubi, Omar Abdullah and Ahmad, Normahfuzah	2024
57	Periodismo e inteligencia artificial. El tratamiento de los chatbots en la prensa española	Gómez-Calderón, Bernardo and Ceballos, Yaiza	2024
58	Artificial Intelligence in Journalism: An Automated News Provider: Inteligencia artificial en periodismo: Una proveedora de noticias automatizadas	Parratt-Fernández, Sonia and Rodríguez-Pallares, Miriam and Pérez-Serrano, María José	2024
59	Algorithmic Bias or Algorithmic Reconstruction? A Comparative Analysis Between AI News and Human News	Nah, Seungahn and Luo, Jun and Kim, Seungbae and Chen, Mo and Mitson, Renee and Joo, Jungseock	2024
60	Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: talking with professionals and experts	Gutiérrez-Caneda, Beatriz and Lindén, Carl-Gustav and Vázquez-Herrero, Jorge	2024
61	Exploring cutting-edge data visualization: Unveiling opportunities and overcoming challenges in thai journalism amid AI disruption	Eichinger, Sasina and Chotisarn, Noptanit	2024
62	The datafication of digital journalism: A history of everlasting challenges between ethical issues and regulation	Porlezza, Colin	2024
63	Quality of science journalism in the age of Artificial Intelligence explored with a mixed methodology	Dijkstra, Anne M. and De Jong, Anouk and Boscolo, Marco	2024
64	The Role of Artificial Intelligence in Contemporary Journalism Practice in Two African Countries	Adjin-Tetty, Theodora Dame and Muringa, Tigere and Danso, Samuel and Zondi, Siphumelele	2024
65	Understanding the Adoption of Artificial Intelligence in Journalism: An Empirical Study in Vietnam	Trang, Ta Thi Nguyet and Chien Thang, Pham and Hai, Le Dinh and Phuong, Vi Thi and Quy, Tran Quang	2024
66	Scrutinizing Algorithms: Assessing Journalistic Role Performance in Chinese News Media's Coverage of Artificial Intelligence	Ji, Xiaolu and Kuai, Joanne and Zamith, Rodrigo	2024
67	Generative Artificial Intelligence for Journalistic Content in Ibero-America : Perceptions, Challenges and Regional Projections	Apablaza-Campos, Alexis and Wilches Tinjacá, Jaime Andrés and Salaverria, Ramon	2024
68	Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies	Simon, Felix M.	2024
69	A Methodological Proposal to Evaluate Journalism Texts Created for Depopulated Areas Using AI	Calvo Rubio, Luis Mauricio and Ufarte Ruiz, María José and Murcia Verdú, Francisco José	2024
70	Criteria for journalistic quality in the use of artificial intelligence	Calvo-Rubio, Luis-Mauricio and Rojas-Torrijos, José-Luis	2024
71	AI Applications for News	Taha, Sawsan and Aissani, Rahima and Abdallah, Rania	2024
72	Inteligencia artificial en la prensa: estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital	Quián, Alberto and Sixto-García, José	2024
73	Artificial Intelligence (AI) in Brazilian Digital Journalism: Historical Context and Innovative Processes	Pinto, Moisés Costa and Barbosa, Suzana Oliveira	2024
74	Too many numbers and worse word choice: Why readers find data-driven news articles produced with automation harder to understand	Thäsler-Kordonouri, Sina and Thurman, Neil and Schwertberger, Ulrike and Stalph, Florian	2024
75	Artificial intelligence versus journalists: The quality of automated news and bias by authorship using a Turing test	La-Rosa Barrolleta, Leonardo Alberto and Sandoval-Martín, Teresa	2024
76	Artificial intelligence (AI) and future newsrooms: A study on journalists of Bangladesh	{Sanjoy Basak Partha} and {Maliha Tabassum} and {Md. Ashraf Goni} and {Priyanka Kundu}	2024
77	Artificial Intelligence Tools and Bias in Journalism-related Content Generation: Comparison Between Chat GPT-3.5, GPT-4 and Bing	Castillo-Campos, Mar and Varona-Aramburu, David and Becerra-Alonso, David	2024
78	Antropologiek zer egiten duten	Strang, Veronica and Pikabea Laoniz, Belén and Santamaria, Idoia	2024
79	Concerns about the role of artificial intelligence in journalism, and media manipulation	Mahony, Simon and Chen, Qing	2024
80	Challenges of Using the ChatGPT Application in Journalism Work	{Arab Open University, Jordan} and Alzubi, Solafah Farouq	2024
81	Decoding algorithmic literacy among journalists: Methodological tool design and validation for preliminary study in the Portuguese context	Foá, Caterina and Couraceiro, Paulo and Pinto-Martinho, Ana	2024
82	Inteligência Artificial e jornalismo: análise crítica de quadros e práticas emergentes de autorregulação, em Portugal	Pinto-Martinho, Ana	2024
83	Spanish media coverage of journalistic artificial intelligence: relevance, topics and framing	Parratt-Fernández, Sonia and Chaparro-Domínguez, María-Ángeles and Martín-Sánchez, Isabel-María	2024

N.	Título	Autores	Año
84	Fostering Artificial Intelligence to Face Misinformation: Discourses and Practices of Automated Fact-Checking in Brazil	Lelo, Thales	2024
85	The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism	Forja-Pena, Tania and García-Orosa, Berta and López-García, Xosé	2024
86	AI Implementation Strategies in the Spanish Press Media: Organizational Dynamics, Application Flows, Uses and Future Trends	Fieiras Ceide, César and Vaz Álvarez, Martín and Maroto González, Isaac	2024
87	CAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE WRITE NEWS: A RESEARCH ON DETERMINING THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON NEWS WRITING PRACTICE	Aydin, Begüm and İnce, Mustafa	2024
88	From PGC to UGC to AIGC: Change of content paradigm	Gao, Ao	2024
89	Autonomy and Algorithms: Tracing the Significance of Content Personalization	Rydenfelt, Henrik	2025
90	The Intersection of AI, Ethics, and Journalism: Greek Journalists' and Academics' Perspectives	Kalfeli, Panagiota (Naya) and Angeli, Christina	2025
91	Human-made news vs AI-generated news: a comparison of Portuguese and Spanish journalism students' evaluations	Baptista, João Pedro and Rivas-de-Roca, Rubén and Gradim, Anabela and Pérez-Curiel, Concha	2025
92	Light in a digital black hole: Exploration of emergent artificial intelligence journalism in Nigeria	Kperogi, Farooq A. and Ishiekwene, Azubuike	2025
93	Inteligencia Artificial y Periodismo: explorando el punto de vista de los periodistas	Martínez-Navarro, Gema	2025
94	Artificial Intelligence and Journalism in Four African Countries: Optimists, Pessimists, and Pragmatists	Umejei, Emeka and Ayisi, Aurelia and Phiri, Millie and Tallam, Edwin	2025
95	The use and ethical implications of artificial intelligence, collaboration, and participation in local Ibero-American newsrooms	García De Torres, Elvira and Ramos, Giovanni and Yezers'ka, Lyudmyla and Gonzales, Mayra and Higuera, Liza and Herrera, Claudia	2025
96	Exploring AI Amid the Hype: A Critical Reflection Around the Applications and Implications of AI in Journalism	Spyridou, Paschalia (Lia) and Ioannou, Maria	2025
97	When Journalism Meets AI: Risk or Opportunity?	Cheng, Sophia	2025
98	Developing Effective and Value-Aligned AI Tools for Journalists: 12 Critical Questions to Reflect upon	Cordero, José Miguel and Henn, Theresa and Holtel, Frederik and Sánchez Gómez, José Á. and Arenas, Diego and Šipka, Andrea and Vollmer, Sebastian	2025
99	Divergencias en el uso de la IA generativa entre los periodistas deportivos en España	Olabe Sánchez, Fernando and Arias Robles, Félix	2025
100	Journalists' Perspectives on the Role of Artificial Intelligence in Enhancing Quality Journalism in Greek Local Media	Palla, Zoi and Kostarella, Ioanna	2025
101	Sourcing behavior and the role of news media in AI-powered search engines in the digital media ecosystem: Comparing political news retrieval across five languages	Brantner, Cornelia and Karlsson, Michael and Kuai, Joanne	2025
102	Falling behind the adoption curve: Local journalism's struggle for innovation in the AI transformation	Eder, Maximilian and Sjøvaag, Helle	2025
103	Knowledge Silos as a Barrier to Responsible AI Practices in Journalism? Exploratory Evidence from Four Dutch News Organisations	Dodds, Tomás and Vandendaele, Astrid and Simon, Felix M. and Helberger, Natali and Resendez, Valeria and Yeung, Wang Ngai	2025
104	Entre la Eficiencia y la Desinformación: La integración de la Inteligencia Artificial en el Periodismo Mexicano	Domínguez-Partida, Gabriel and García-Félix, Edgar Miguel	2025
105	A Little of that Human Touch: How Regular Journalists Redefine Their Expertise in the Face of Artificial Intelligence	Møller, Lyng Asbjørn and Van Dalen, Arjen and Skovsgaard, Morten	2025
106	The Role of Artificial Intelligence in Romanian Broadcasting: Opportunities and Challenges	Vlăduțescu, Ștefan and Stănescu, Georgiana Camelia	2025
107	The Algorithmic Gut Feeling – Articulating Journalistic Doxa and Emerging Epistemic Frictions in AI-Driven Data Work	Jannie Møller, Hartley and Bonde Thylstrup, Nanna	2025
108	'A Part of Our Work Disappeared': AI Automated Publishing in Social Media Journalism	Petrucchio, Petra and Neilson, Tai and Stöcker, Christian	2025
109	Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations	Becker, Kim Björn and Simon, Felix M. and Crum, Christopher	2025
110	Fighting Fire with Fire: Journalistic Investigations of Artificial Intelligence Using Artificial Intelligence Techniques	Veerbeck, Joris	2025

N.	Título	Autores	Año
111	Journalists, Emotions, and the Introduction of Generative AI Chatbots: A Large-Scale Analysis of Tweets Before and After the Launch of ChatGPT	Lewis, Seth C. and Markowitz, David M. and Bunquin, Jon Benedik A.	2025
112	"Journalism Will Always Need Journalists." The Perceived Impact of AI on Journalism Authority in Switzerland	Amigo, Laura and Porlezza, Colin	2025
113	Can AI-generated news reduce hostile media perceptions? Findings from two experiments	Huh, Estel and Kubin, Emily and Von Sikorski, Christian	2025
114	Automated Communication's Impact on Strategic Communication: Implications from a Systematic Review	Weller, Teresa and Lock, Irina	2025
115	"Away from this duty of chronicler and towards the unicorn": How German science journalists assess their future with (generative) Artificial Intelligence	Guenther, Lars and Kunert, Jessica and Goodwin, Bernhard	2025
116	Old Threats, New Name? Generative AI and Visual Journalism	Matich, Phoebe and Thomson, T. J. and Thomas, Ryan J.	2025
117	One Size Fits Some: How Journalistic Roles Shape the Adoption of Generative AI	Møller, Lynge Asbjørn and Cools, Hannes and Skovsgaard, Morten	2025
118	Media Self-Regulation in the Use of AI: Limitation of Multimodal Generative Content and Ethical Commitments to Transparency and Verification	Sánchez-García, Pilar and Díez-Gracia, Alba and Mayorga, Ignacio Repilado and Jerónimo, Pedro	2025
119	"There's a Rule Book in my Head": Journalism Ethics Meet A.I. in the Newsroom	Misri, Angela and Blanchett, Nicole and Lindgren, April	2025
120	AI in the Newsroom: Lessons from the Adoption of The Globe and Mail's Sophi	Hermida, Alfred and Simon, Felix M.	2025
121	Action research at the BBC: Interrogating artificial intelligence with journalists to generate actionable insights for the newsroom	Jones, Bronwyn and Jones, Rhianne	2025
122	Mapping Global Emerging Scholarly Research and Practices of AI-supported Fact-Checking Tools in Journalism	Cazzamatta, Regina and Sarisakaloğlu, Aynur	2025
123	How are communication companies adopting AI	Tejedor Calvo, Santiago and Vick Sauri, Stephanie and Cervi, Laura	2025
124	Artificial Intelligence, Journalism, and the Ubuntu Robot in Sub-Saharan Africa: Towards a Normative Framework	Gondwe, Gregory	2025
125	Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media	de-Lima-Santos, Mathias-Felipe and Yeung, Wang Ngai and Dodds, Tomás	2025
126	How (not to) Run an AI Project in Investigative Journalism	Fridman, M. and Krøvel, R. and Palumbo, F.	2025
127	What Does a Journalist Look like? Visualizing Journalistic Roles through AI	Thomas, Ryan J. and Thomson, T. J.	2025
128	Application and Ethical Review of Artificial Intelligence Technology in News Writing and Editing and Distribution	Zou, Yao and Li, Xiang	2025
129	Exploring Concerns of Fake News on ChatGPT: A Network Analysis of Social Media Conversations	{IIM Kozhikode, India} and Vasist, Pramukh N. and Krishnan, Satish and {IIM Kozhikode, India & LUT School of Engineering Sciences} and Teo, Thompson and {National University of Singapore} and Azad, Nasreen and {LUT School of Engineering Sciences}	2025
130	My New Colleague, ChatGPT? How German Science Journalists Perceive and Use (Generative) Artificial Intelligence	Guenther, Lars and Kunert, Jessica and Goodwin, Bernhard	2025
131	'Mind the gap': artificial intelligence and journalism training in Southern African journalism schools	Ncube, Lyton and Mofokeng, Refilwe Whitney and Chibuwe, Albert and Munoriyarwa, Allen and Murangi, Antonette Kakujaha-	2025