

02
--
2019



CEU Ediciones

Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

M O N O G R Á F I C O S

TÍTULO

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERIODISMO

COORDINADORES
CIENTÍFICOS

José Miguel Túñez López. Universidad de Santiago de Compostela



Profesor titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Miembro del Grupo de Investigación Novos Medios, de la USC, y IP2 en el proyecto CSO2015-66543-P Indicadores de gobernanza, financiación, rendición de cuentas, innovación, calidad y servicio público de las RTV europeas. Director del programa de Doctorado en Comunicación e Información Contemporánea, en la USC. Co-director de la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAEIC). Su producción científica más reciente incluye *Communication: Innovation & Quality* (2018, Springer) y *Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España* (El profesional de la información, v. 27, n. 4, pp. 750-758). <http://orcid.org/0000-0002-5036-9143>

Santiago Tejedor Calvo. Universidad Autónoma de Barcelona



Profesor Agregado del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la UAB (Premio Extraordinario de Doctorado-2006) con una tesis sobre la enseñanza del ciberperiodismo en España y Doctor en Ingeniería de Proyectos por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) con una tesis sobre la Web 2.0 en Iberoamérica. Es coordinador del grupo de investigación Gabinete de Comunicación y Educación, dirigido por el catedrático Dr. José Manuel Pérez Tornero en la UAB. Ha participado en varias investigaciones financiadas en convocatorias públicas competitivas (españolas y europeas), relacionadas con en la Media Literacy y la participación ciudadana: "DINAMIC, Desarrollo de indicadores de alfabetización mediática individuales, corporativos y ciudadanos" (2012-2014); "Showing films and other audio-visual content in European Schools - Obstacles and best practices" (2013-2014); "EMEDUS, European Media Literacy Education Study" (2012-2014). Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín (Colombia), la Universidad Latina de San José (Costa Rica) y la Universidad Centroamericana de Managua (Nicaragua). Posee el título honorífico "Egregius Educator", otorgado por el Consejo Superior de Dirección de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC) de Managua (Nicaragua) y el reconocimiento como "Visitante distinguido" de la Universidad Tecnológica de Honduras. Sus líneas de investigación se centran, especialmente, en el ciberperiodismo, la convergencia mediática y las nuevas narrativas transmedia. <https://orcid.org/0000-0002-5539-9800>

DESCRIPCIÓN
Y
EJES TEMÁTICOS

La inteligencia artificial adquiere una presencia creciente en el proceso de elaboración de los contenidos. La Revista Forbes (EEUU) con su sistema que denomina Narrative Science genera contenidos informativos de diferente tipología. Associated Press (EEUU) cuenta con robots para la producción de contenidos noticiosos. The New York Times (EEUU) produce información deportiva a partir de algoritmos matemáticos. Los Angeles Times (EEUU), en marzo de 2014, publicaba una noticia sobre un terremoto creada por un robot. En España, medios como el diario Sport (España) realiza una cobertura de diversas divisiones de fútbol mediante robots que elaboran piezas informativas... En China, dos avatares, modelados a partir de populares presentadores de carne y hueso, informan a la audiencia de la información de última hora. Son solo algunos ejemplos de un sinfín de iniciativas y proyectos que intentan aplicar el potencial de la inteligencia artificial al escenario comunicativo. Este conjunto de iniciativas muestra del esfuerzo compartido de muchos medios por lograr que las máquinas asuman tareas que, hasta el momento, realizaban (con mayor o menor eficacia) los periodistas. Todo ello en un escenario presidido por el big data y la proliferación de manuales, estudios y hasta cursos, talleres, seminarios y másteres sobre el llamado “periodismo de datos”.

El denominado periodismo automatizado, periodismo de robot o periodismo algorítmico es ya una realidad que gana terreno en las redacciones de medios tradicionales y online y que genera entre los periodistas controversia sobre su posible impacto en el empleo y en los perfiles profesionales o su idoneidad para trabajar solo con hechos basados en datos. Pero también se aplica para manejar las relaciones con la audiencia, para personalizar productos o para rastrear redes sociales en busca de alertas informativas. Los diferentes medios que han optado por experimentar con estas “máquinas” y sus “algoritmos” han justificado su interés en la posibilidad de exonerar a los periodistas de tareas mecánicas y, a la vez, aburridas que no podían asumir con solvencia o que absorbían gran parte de su tiempo de trabajo. Más allá del big data, la inteligencia artificial aplicada al periodismo abre un infinito de posibilidades que comienzan a transformar el modo de crear contenido, de agruparlos para generar productos, de manejar los soportes de difusión y de trabajar de modo indirecto y casi personalizado con los públicos.

Este monográfico pretende servir de referencia para conocer investigaciones sobre el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo y para generar un espacio de reflexión sobre la transformación silente que supone la robotización del newsmaking.

Palabras clave

Inteligencia artificial, bots, realidad aumentada, ciberperiodismo, Biga Data, periodismo de datos

Ejes temáticos

- Aplicación de IA en cualquiera de las fases de generación de información periodística: recogida y tratamiento de datos, generación de textos e imágenes, difusión de contenidos.
- Estudios de caso sobre la aplicación de IA en los medios informativos.
- Calidad de los contenidos generados por ordenador.
- Aspectos deontológicos y éticos del periodismo por ordenador. Del control sobre el texto al control sobre el dato.
- Efectos perversos de la automatización: fake news.
- Nuevos perfiles y roles profesionales.
- Universidad e inteligencia artificial: retos formativos.
- Investigación e inteligencia artificial: principales líneas temáticas.

<p style="text-align: center;">CALENDARIO</p>	<p>Fecha de publicación: diciembre 2019, DOXA COMUNICACIÓN n.º 29</p> <p>Fecha límite para el envío manuscritos: 31/07/2019</p>
<p style="text-align: center;">REVISORES CIENTÍFICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dra. Verónica Altamirano Benítez. Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador ▪ Dr. Francisco Campos. Universidad de Santiago de Compostela ▪ Dr. Ricardo Carniel. Universidad Autónoma de Barcelona ▪ Dr. Fernando Esquivel. Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), México ▪ Dr. Santiago Giraldo. Universidad Autónoma de Barcelona ▪ Dr. Ainara Larrondo. Universidad del País Vasco ▪ Dra. Ana Gabriela Nogueira. Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal ▪ Dra. Belén Puebla Martínez. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid ▪ Dr. Cristina Pulido. Universidad Autónoma de Barcelona ▪ Dra. Idoia Salazar. Universidad CEU San Pablo ▪ Dra. Hada Sánchez Gonzales. Universidad de Sevilla ▪ Dra. María Sánchez González. Universidad de Málaga ▪ Dr. Jesús Segarra Saavedra. Universidad de Alicante ▪ Dr. Carlos Toural Bran. Universidad de Santiago de Compostela
<p style="text-align: center;">NORMAS ESTILÍSTICAS BÁSICAS</p>	<p>Los manuscritos podrán tener un mínimo de 5.000 y un máximo de 10.000 palabras. Se enviarán en formato Word (.doc/.docx), letra Times New Roman, cuerpo 12, interlineado sencillo, márgenes estándar.</p> <p>Deberán contener, en español y en inglés, título, resumen (entre 150 y 200 palabras) y 5 palabras clave.</p> <p>Se deberá aportar por cada autor: nombre y apellidos, dirección institucional de correo electrónico, código ORCID, un breve CV de unas 100 palabras y una fotografía actual tamaño carnet con fondo blanco.</p> <p>El contenido tendrá una estructura de artículo científico: introducción, metodología, resultados y conclusiones.</p> <p>Los epígrafes se enumerarán en arábigos siguiendo la estructura estándar 1., 1.1, 1.1.1, etc.</p> <p>Las tablas y/o figuras se enumerarán en arábigos del 1 al infinito, indicando la fuente y la autoría.</p> <p>Las citas se introducirán en el texto con formato Harvard (p. e.: Bauman, 2010: 126), no a pie de página.</p> <p>El apartado de referencias bibliográficas incluirá exclusivamente las obras citadas en el trabajo, que serán mayoritariamente actuales y se presentarán en formato APA con indicación del DOI cuando lo tengan.</p> <p>Se recomienda consultar las normas completas de publicación en la web de la revista (http://www.doxacomunicacion.es/es/publicacion/) así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos.</p>
<p style="text-align: center;">NORMAS DE ENVÍO Y DE PUBLICACIÓN</p>	<p>Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación en RECYT, cuyo enlace directo es: https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/information/authors</p> <p>No se aceptarán envíos a través del correo electrónico.</p> <p>Los autores deberán registrarse en la plataforma y cumplimentar todos los metadatos requeridos en el proceso de envío.</p>

	<p>Los autores se asegurarán de que la versión de sus manuscritos está anonimizada (se recomienda borrar las huellas digitales de autoría que aparecen en las propiedades del documento).</p> <p>Aviso importante a los autores:</p> <p>La revista Doxa Comunicación publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés desde 2016. El autor se compromete a proporcionar una traducción consistente de su manuscrito en caso de que supere positivamente el proceso de revisión externa por pares ciegos y sea aceptado para su publicación.</p> <p>La revista ha seleccionado a un grupo de traductores nativos con nociones del campo de conocimiento de la revista, con los que ha acordado un precio ventajoso para los autores que no puedan proporcionar por sus medios una traducción consistente. El coste de este servicio será asumido por el autor.</p> <p>La edición bilingüe supone un salto cualitativo para la revista y para los autores, al permitir la difusión de los artículos entre comunidades científicas más extensas e incrementar el número de lectores, y con ello, el potencial impacto de la investigación.</p>
<p>PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN</p>	<p>Doxa Comunicación es una revista científica de acceso abierto y gratuito, de acuerdo con la Declaración de BOAI.</p> <p>Todos los contenidos son cargados en bases de datos y repositorios nacionales e internacionales de libre acceso.</p> <p>Se invita a los coordinadores de los monográficos y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión del <i>Call for Papers</i> a través de sus propias redes y contactos.</p> <p>Igualmente, pueden sugerir el nombre de instituciones, entidades y asociaciones relacionadas con el contenido del monográfico para que sean citadas en la cuenta de Twitter de Doxa Comunicación (@DoxaCom) y se les compartan los contenidos publicados.</p>