

Serie “Educación mediática para una ciudadanía crítica”

Temporada 03. Periodismo y educación mediática

1.- Título y autoría

Unidad temática nº 5

¿Cómo se financia el periodismo?

Vanessa Roger Monzó, Universitat de València

2.- Duración del vídeo

6 minutos y 56 segundos

3.- Contenido del vídeo

En esta unidad se exponen las principales características del periodismo del siglo XXI. Se definen las peculiaridades que debe tener un profesional del sector periodístico contemporáneo, marcado por la inmediatez de la información y la necesidad de verificar los datos.

Se determinan los beneficios derivados de la irrupción de internet y las redes sociales y las herramientas de inteligencia artificial aplicadas al periodismo, así como de los problemas y desafíos a los que se enfrenta.

Se examinan las diferentes vías de financiación del periodismo actual, que ha dejado de tener en la publicidad su principal fuente de ingresos. De este modo, se constata que una de las tendencias actuales es la búsqueda de modelos de negocio más sostenibles, como la financiación dual, que combina ingresos por publicidad con suscripciones y contenido premium. Además, el crowdfunding ha ganado popularidad como una forma de financiar proyectos periodísticos y medios de comunicación independientes.

Por su parte, la financiación privada y pública también ha jugado un papel importante en la supervivencia de algunos medios de comunicación. Estos flujos de financiación pueden ser objeto de críticas por su posible influencia en la independencia editorial y la libertad de información.

4.- Objetivos de la Unidad Temática

- Entender el cambio del modelo periodístico en el siglo XXI.
- Comprender los retos y oportunidades que representa la tecnología digital y la Inteligencia Artificial en los medios de comunicación.
- Identificar los principales problemas a los que se enfrenta la profesión periodística en la actualidad.
- Conocer las diferentes vías de financiación del periodismo contemporáneo.

5.- Actividades de aula

A continuación, se sugieren diversas actividades para implementar en el aula. El material propuesto puede ser sustituido o adaptado en función del curso.

Actividad 1.- Visionado de la película *Spotlight* (Tom McCarthy, 2015)

Reto: identificar el procedimiento de trabajo en el periodismo de investigación, así como el tipo de fuentes que emplean los periodistas y los conflictos de intereses entre las partes implicadas.

Actividad 2.- Lectura del libro (o de algunos capítulos) *El Director* (David Jiménez, 2019). Por ejemplo, el capítulo *VIII. Los Acuerdos* sobre la financiación que obtienen los medios de comunicación desde las grandes empresas privadas.

Reto: conocer los conflictos de intereses en los medios de comunicación derivados de su dependencia económica con respecto a la financiación de las grandes empresas. También puede extrapolarse a la financiación pública.

Otra opción es el visionado del documental [Pagando para ir a la guerra](#) (7 minutos) y conocer los problemas de financiación de un periodista *freelance*.

Actividad 3.- Creación de contenidos audiovisuales mediante IA generativa

Reto: generar un boletín informativo presentado mediante un avatar virtual.

Para generar el presentador virtual se necesitan las siguientes herramientas gratuitas:

Una cuenta de Gmail (gratis) para Iniciar sesión en:

–ChatGPT 4o (gratis) para generar un avatar y un texto.

–HeyGen (versión gratuita) para animar el avatar (opción AI Studio).

El vídeo resultante puede editarse con una herramienta como Premiere o DaVinci, si bien HeyGen permite incorporar voz (en Script), textos, iconos y música (en Elements) y transiciones (en las distintas pistas de imagen, textos, iconos y música).

Nota: el avatar también puede elegirse desde la propia plataforma de HeyGen.

A su vez, el vídeo puede ser un contenido de una página web de elaboración colaborativa similar a un periódico digital, realizada mediante una herramienta de Teams (SharePoint Pages), Canva o una aplicación convencional para crear websites (por ejemplo, Webnode, en la versión gratuita).

Actividad 4.- Debate en el aula. Argumentos a favor y en contra de la IA en el periodismo

Reto: Reflexionar sobre los desafíos y beneficios que plantea la IA aplicada al periodismo. En el apartado Referencias se incluyen enlaces sobre esta temática para identificar argumentos a favor y en contra.

6.- Recursos adicionales

Asociación de Periodistas Europeos (2024). La IA y su impacto en el periodismo. <https://www.apeuropeos.org/la-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-el-periodismo-tradicional/>

Blanco (2023). Cómo que la gente no se iba a suscribir a los periódicos. <https://juancarlosblanco.es/2023/10/03/suscripciones-medios-de-comunicacion/>

Digital News Report (2023). [INFORME EJECUTIVO | DIGITAL NEWS REPORT 2023: EL periodismo afronta los retos de la confianza y el interés ante los nuevos referentes | Digital News Report España 2023 \(DNR\): informe de noticias digitales en español](#)

García Avilés, J.A. (2024). Inteligencia humana, estupidez artificial: adiós al periodismo tal y como lo conocemos <https://mip.umh.es/blog/2024/02/06/inteligencia-humana-estupidez-artificial-adios-al-periodismo-tal-y-como-lo-conocemos/>

Grupo Fórmula (2023). Conoce a Nat, la primera conductora generada por IA en Latinoamérica [¡El futuro llegó! Conoce a Nat, la primera conductora generada por IA en Latinoamérica \(youtube.com\)](#)

Informe Reuters (2022). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2022>

Marcos, N. (2024). El País, 22 de marzo. [Así se hizo Alba Renai, la 'influencer' virtual que presenta un programa sobre 'Supervivientes': "No ha venido a quitar el trabajo a nadie" | Televisión | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)

Marzal Felici, J., López-Olano, C., & Soler Campillo, M. (2021). *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos 1: Conceptos y teorías*. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=851180>

Ministerio de Hacienda (2024). [Plataforma de Contratación del Sector Público \(contrataciondelestado.es\)](#)

Observatorio de Medios – UCA (2023). Mapa del periodismo digital de España. <https://observatoriodemedios.uca.edu.ar/mapa-del-periodismo-digital-de-espana/>

Pagando por ir a la guerra (2012). [Pagando para ir a la guerra \(youtube.com\)](#)

Prodigioso Volcán (2024). Inteligencia Artificial (IA) para los periodistas <https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/>

The Conversation (2023) Inteligencia artificial y periodismo: ¿quién gana y quién pierde en las redacciones? <https://theconversation.com/inteligencia-artificial-y-periodismo-quien-gana-y-quien-pierde-en-las-redacciones-212511>

Vidal Carretero, Antoni (2023). *El último periodista. La inteligencia artificial toma el relevo*. Barcelona: Marcombo.

Xinhuanet (2018). El primer presentador de noticias de IA del mundo hace "su" debut en China. [World's first AI news anchor makes "his" China debut - Xinhua | English.news.cn \(xinhuanet.com\)](#)

Herramientas de IA aplicadas al Periodismo

Etapa de preproducción de la información

Colibri.ai	https://colibri.ai/	Transcripción de entrevistas y reuniones virtuales. Genera resúmenes.
SpeechText.ai	https://speechtext.ai/	Transcripción de entrevistas, podcasts y videoconferencias. Genera subtítulos para vídeos.
Sonix.ai	https://sonix.ai/	Transcripción, traducción y subtítulos automática de archivos de audio y vídeo.
Descript	https://www.descript.com/	Editor de vídeo y podcast que transcribe audio a texto y convierte texto en audio.

Etapa de producción de la información

GClaude IA	https://chat.openai.com/	Genera textos e imágenes. Asociado a Dall-E
Dall-E	https://openai.com/dall-e-3	Generación de imágenes
Stable Diffusion	https://stability.ai/	Generación de imágenes
Firefly Adobe	https://firefly.adobe.com/	Generación de imágenes

Gabrielle	https://www.narrativa.com/	Interpreta datos de estadísticas y genera noticias (escritas y sonoras) en tiempo real. Plataforma de IA en RTVE, El Confidencial, SPORT, El Español y El Periódico
------------------	---	---

Etapa de distribución de la información

SocialFlow	https://piano.io/es/product/socialflow/	Optimiza la publicación de contenidos en redes sociales.
SeoTube - vidIQ Vision (Ai Coach)	https://vidiq.com/es/chat/	SEO contenidos de YouTube.

8. Ficha técnica del vídeo

Dirección de proyecto: Javier Marzal Felici y Teresa Sorolla Romero

Producción: Roberto Arnau Roselló y Antonio Loriguillo López

Guión y realización: Vanessa Roger Monzó

Presentadores: Lara Piñana y Vicent Moya

Equipos audiovisuales y plató: Laboratori de Ciències de la Comunicació UJI

Dirección de fotografía: Juan Plasencia García

Edición y postproducción: Claudia Ferrando Paulo

Ayudante de postproducción: Rubén Nieto González

Supervisión de montaje: Jordi Montañana

Dirección de arte: Daniel Zomeño

Grafismo y efectos de postproducción: Adam Brenes, Micrea Film Projects S.L.

Imágenes: Artgrid, À Punt Mèdia

Música: Artlist

Con la colaboración de: Universitat de València, Universitat Jaume I, À Punt Mèdia, CEFIRE Artístic-expressiu de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana

Una producción del: Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, UJI

Con el apoyo de: Cátedra Interuniversitaria de Análisis y Prospectiva Audiovisual en la Universitat Jaume I del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, Càtedra RTVE-UJI "Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática" y Proyecto de Investigación "Alfabetización mediática en los medios de comunicación públicos" (AMI-EDUCOM) PID2022-1288NB-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Agencia Estatal de Investigación.

