

UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL UNA ALTERNATIVA DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL PARA LOS PERIODISTAS DE LA UD

Brayahn David Barrero Oviedo

Trabajo de grado para optar al título profesional de:

Comunicador Social y Periodista

Universidad Distrital Francisco José de Caldas
Sede Bosa Porvenir
Bogotá D.C., Colombia
2023



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL UNA ALTERNATIVA DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL PARA LOS PERIODISTAS DE LA UD

Brayahn David Barrero Oviedo
20202052069

Directora:

Mag. Eliana Sandoval Mora

Universidad Distrital Francisco José de Caldas
Línea de investigación
Sede Bosa Porvenir
Bogotá D.C., Colombia
2023

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
Bogotá D.C., Colombia

INTELIGENCIA ARTIFICIAL UNA ALTERNATIVA DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL PARA LOS PERIODISTAS DE LA UD

Artificial intelligence an alternative of audiovisual creation for UD journalists

Brayahn David Barrero Oviedo

Resumen:

La inteligencia artificial es una herramienta creada para el desarrollo de nuevas habilidades que está teniendo un impacto a nivel global muy fuerte, en el caso del periodismo hay quienes no quieren ser partícipes de la tecnología como hay quienes aplican la IA como una ayuda a las múltiples funciones a las que estamos sometidos a realizar de manera instantánea. El trabajo de investigación quiere dar a conocer los múltiples formatos y algoritmos con los que podemos cumplir las tareas con la utilización de las nuevas tecnologías en desarrollo de trabajos de creación audiovisual para periodistas mediante un manual que nos puede ayudar a desarrollar y entender más rápido los programas que se han desarrollado durante los últimos años.

Palabras clave: Inteligencia Artificial, Creación Audiovisual, Periodismo, Formatos periodísticos.

Abstract:

Artificial intelligence is a tool created for the development of new skills that is having a very strong global impact, in the case of journalism there are those who do not want to be part of the technology as there are those who apply AI as an aid to the multiple functions that we are subjected to perform instantly. The research work wants to show the multiple formats and algorithms with which we can fulfill the tasks with the use of new technologies in the development of audiovisual creation works for journalists through a manual that can help us to develop and understand faster the programs that have been developed during the last years.

Keywords: Artificial Intelligence, Audiovisual Creation, journalism, Journalistic formats.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 6
JUSTIFICACIÓN 8
CAPÍTULO 1 10
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 10
1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 11
1.2. OBJETIVOS 11
1.2.1. OBJETIVO GENERAL 11
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12
CAPÍTULO 2 13
MARCO TEÓRICO 13
2.1. ANTECEDENTES 13
2.2. MARCO TEÓRICO 16
2.2.1 inteligencia artificial 16
2.3. MARCO CONCEPTUAL 20
2.3.1. Inteligencia Artificial 20
2.3.2. Nativos Digitales 20
2.3.3. Formatos periodísticos: 20
2.3.4. Periodismo Digital 21
2.3.5 Closed Caption 21
2.3.6. Newsgaming 21
2.4. MARCO LEGAL 22
CAPÍTULO 3 23
METODOLOGÍA 23
CAPÍTULO 4 26
INTELIGENCIAS ARTIFICIALES DE CREACIÓN AUDIOVISUAL 26
CAPÍTULO 5 35
LA ACADEMIA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL 35
CAPÍTULO 6 46
EL MUNDO DE LAS IA EN UNA PÁGINA WEB 46
6.1 Glide 48
6.1.1.Interfaz 48
6.1.2. Elementos de Diseño 49
6.1.3. Herramientas de edición 51

6.1.4. Divulgación..... 52
6.2 Análisis de resultados.....53
6.2.1. Interfaz.....53
6.2.2. Elementos de Diseño..... 54
6.2.3. Fuentes y ajustes de color.....55
6.2.4. Divulgación..... 56
CONCLUSIONES..... 58
REFERENCIAS..... 61

TABLA DE FIGURAS

Figura 4.1. IA DeepWord....27
Figura 4.2. IA Celtx....28
Figura 4.3. IA Automagical....28
Figura 4.4. IA Artbreeder....29
Figura 4.5. IA Moises....30
Figura 4.6. IA Soundraw....30
Figura 4.7. IA Jasper....31
Figura 4.8. IA Shotlist.pro....32
Figura 4.9. IA Storyteller....32
Figura 5.1. Programas IA utilizados por los estudiantes....35
Figura 5.2. Unsupervised....37
Figura 5.3. El impacto de la IA en el futuro....38
Figura 5.4. Aspectos positivos de la IA en la creación audiovisual....39
Figura 5.5. Preocupaciones del uso de la IA en la creación audiovisual....40
Figura 5.6. Más Inteligencia Artificial y Machine Learning: así enfrentan hoy las empresas a la ciberdelincuencia....41
Figura 5.7. Importancia en la formación profesional en la IA....42
Figura 5.8. OpenAI presenta Sora, un generador de videos revolucionario que sorprende al mundo....43
Figura 5.9. Clases dedicadas a la IA en la carrera....44
Figura 5.10. Estadística para un futura formación en IA....44
Figura 6.1. Página principal Glide....49
Figura 6.2. Aplicaciones asociadas a Glide....50
Figura 6.3. Divulgación Producto Web....52
Figura 6.4. Interfaz del producto de creación web....54
Figura 6.5. Interfaz de Apple....55
Figura 6.6. Paleta de colores....56
Figura 7.1. Interfaz Kittl....59

INTRODUCCIÓN

La revolución en la tecnología ha sido un gran avance a lo largo de la historia del mundo, en la que constantemente hay cambios en las habilidades que desarrollan las personas en la cotidianidad de sus trabajos, estudios, labores entre muchos otros… y como lo dice Emilio Saez Soro la Inteligencia Artificial está "abriendo un **nuevo escenario de oportunidades y desafíos**" en un mundo donde el periodismo y la creación audiovisual están al alcance de un click y con una inmediatez instantánea.

Hasta ahora las personas no tienen mayor conocimiento acerca de los beneficios de la inteligencia artificial en el ámbito de la Comunicación Social y el Periodismo, además del impacto que ya ha tenido dentro de programas, mecanismos e incluso labores pequeñas que los periodistas hacemos en nuestro diario vivir, es por eso la necesidad latente que hay en el ámbito audiovisual acerca del conocimiento de las herramientas que tenemos, cómo debemos manejarlas y aplicarlas dentro y fuera de la academia y en el campo laboral.

Por lo tanto la necesidad de que hayan herramientas diseñadas para periodistas y no periodistas, con el fin de encontrar e identificar instrumentos de edición de audio y

video dentro de aplicaciones con inteligencia artificial, es importante para potencializar la automatización de la labor en la que se aplique estos mecanismos de ayuda. Por consiguiente comprender los vacíos que hay en la IA potencializa y promueve su buen uso, en cualquier ámbito en el que se pueda aplicar; Además de progresar en los campos de estudio donde se utiliza de manera experimental y en desarrollo tecnologías que pueden ser aplicadas en los proyectos curriculares de la academia.

Es por eso que el reconocimiento de la comunicación social y el periodismo debe ir dentro del avance tecnológico de manera transversal, con el fin de generar procesos de apropiación para crear desarrollos que aporten a las comunidades de cualquier parte del globo y que esto conlleve beneficiosamente a nutrir de distintos puntos de vista nuestro campo de estudio.

JUSTIFICACIÓN

Como se mencionaba, la evolución dentro de la tecnología se mantiene de manera constante al igual que la comunicación, los avances son transversales ante cualquier desarrollo. Es por eso que la implementación de tecnologías dentro de programas como lo es el de Comunicación Social y periodismo no solo de la Universidad Francisco José de Caldas sino en general en todos las universidades de la ciudad de Bogotá, en Colombia y en la región de latinoamérica.

En este trabajo como investigador sobre Inteligencia Artificial dentro de la creación audiovisual, en el que aporta no solo a mi como comunicador sino a todas aquellas personas que de manera empírica y/o teórica, además, de la práctica realicen algún tipo de contenido audiovisual, reconozcamos que posibilidades tenemos dentro de la IA para mejor nuestros productos, así como facilitar y producir de manera diversa materiales en el que miles de personas puedan ser partícipes, sin pasar por encima de las normas y legalidad de los productos como: violaciones a los derechos de producción de contenido, de la misma forma de mantener sesgos y estereotipos en sociedades diversas.

Desarrollar y explorar de manera creativa e innovadora con la IA en la creación audiovisual perturbando espacios en los que el arte es esencial en la realización de productos audiovisuales, nos lleva a crear de manera diversa y creativa espacios no conocidos y que a medida en el que se aumentan los espacios tecnológicos y las herramientas de conocimiento se desenvuelven eficaz y eficientemente con el fin de apropiarnos de nuevos saberes en beneficio de nuestros productos.

La finalidad de visibilizar realidades, en el que las personas reconozcan el aporte de la tecnología en la producción audiovisual, contribuyendo a nuevos espacios de conocimiento teórico para el uso adecuado de las nacientes tecnologías con prácticas en las que mi trabajo de investigacion vicivilizara en este trabajo de investigación creación a lo largo de su desarrollo.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El problema que se identifica socialmente acerca de las inteligencias artificiales es sobre la alteración y verificación de la información dentro del desarrollo de productos audiovisuales en el periodismo y no solo de manera audiovisual sino en la parte escrita y su desarrollo de noticas, que si no son verificadas pueda que tenga una connotación de falsedad y antiético de modo evaluativo en el desarrollo de la información que tenga y necesite la opinión pública para la toma de decisiones dentro de contextos comunitarios en una sociedad.

Los casos de falsedad de los desarrollos audiovisuales lo podemos ver con la autenticidad que hay ahora con la creación de nuevos productos, además de la modificación y el cambio de voces, las creaciones y recreaciones de fotografías y videos de personas con algunas especificidades de un humano en el desarrollo de tales productos que no pueden ser identificados que sean o no un producto desarrollado por las IA.

Los Deepfakes son videos falsificados y creados por las IA que ayudan a suplantar identidades, podemos ver casos recientes como los de la alteración y filtración de videos “sexuales” en los que se vio involucrado el actor español Manu Ríos en Junio de esta año, también está el caso de la cantante española Rosalía y la supuesta foto creada por IA con su torso desnudo y difundida por un DJ sevillano JC Reyes y por último un caso latinoamericano que se ha desarrollado en estos últimos días donde se ve involucrado un colegio limeño en el que un estudiante creó imágenes sexuales de

una de sus compañeras con el fin de comercializar un mercado fotográfico del que ganaba de 20 a 30 soles peruanos por foto.

Una de las soluciones para prevenir e intervenir dentro de los casos y el desarrollo de falsedad de información y de creación irregular de formatos audiovisuales, es generar marcas de agua en el que se identifiquen de alguna manera los productos elaborados y capaces de generar perturbaciones dentro de ámbitos académicos en generaciones que nacen y se encuentran viviendo dentro de una sociedad que pueda perjudicar a individuos de la misma y que pueda ser vinculado de manera negativa en la creación de contenido por las IA.

1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué manera diseñar un producto web que ofrezca diferentes aplicaciones (app) de inteligencia artificial para los procesos de creación audiovisual como herramienta para los estudiantes de comunicación social y periodismo de la Universidad Distrital?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un producto web que ofrezca diferentes aplicaciones (app) de inteligencia artificial para los procesos de creación audiovisual como herramienta para los estudiantes de comunicación social y periodismo de la Universidad Distrital.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar distintos tipos de inteligencia artificial especializadas en audio y video que se puedan utilizar como métodos de edición.
- Validar las herramientas que puedan servir para la edición de contenidos y de creación por los estudiantes
- Desarrollar de manera creativa un producto innovador de investigación-creación con el fin de que pueda ser utilizado en la academia.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Para hablar acerca de la inteligencia artificial en el ámbito humano se necesita hacer un recuento histórico y cómo ha impactado de manera positiva dentro de la población humana como nos lo menciona (Otero Gonzalez I 2022) en su artículo de investigación **Los cimientos de la inteligencia artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados** dándonos puntos de vistas desde la académica acerca de la IA y cómo mediante los cambios generacionales se está cambiando la forma y formatos de producción y desarrollo de productos periodísticos, en el que las "generaciones que nacen dentro de las tecnologías y la digitalización de los medios marca un cambio de perspectiva en la forma de hacer producción periodística con el uso de la IA" (p. 13) como instrumento de automatización de procesos en productos digitales.

Con distintos puntos de vista acerca de los retos que tienen los periodistas los docentes (Peña- Fernandez; Meso; Larrondo; Diaz 2023) nos hablan de tres aspectos importantes a tener en cuenta: "1. la relación que tiene el desarrollo de tecnologías como las IA en un ámbito económico e industrial, 2. el relacionamiento con las y los profesionales de la comunicación y el periodismo y además de eso 3.el impacto que tienen las IA dentro de

las audiencias" (p. 4) en los productos que se desarrollan con las mismas donde se pueden considerar una oportunidad o una amenaza la utilización de estos formatos para un periodista en su investigación titulada **Sin periodistas, no hay periodismo. La dimensión social de la inteligencia artificial generativa en los medios de comunicación.**

La IA ya ocupa en las redacciones un terreno dominado por las personas, con el argumento de que aumenta la producción de contenidos y brinda un panorama alentador para un periodismo innovador de calidad. "El sector periodístico es consciente de que debe adaptarse a los nuevos tiempos y aplicar esta técnica a los métodos tradicionales" (Calvo; Ufarte 2020 p. 2) en la redacción de noticias como por ejemplo lo hizo El washington post con contenido de finanzas y deportes y Los Angeles Times con la creación de información de eventos sísmicos al instante; El diario digital **Quartz creó una guía** para que los periodistas pudieran usar de manera adecuada la tecnología con el fin de encontrar herramientas de apoyo. Por otro lado y con relación a la IA en medios tradicionales, un estudio de Oxford y Reuters Institute nos hablan de los medios públicos audiovisuales que apuntan a la creación periodística con la tecnología como lo es la BBC de Inglaterra y la compañía de radiodifusión pública de finlandia Yleisradio (Yle).

La investigación teórico-práctica de (Oria Lorente P 2021) se encarga de visualizar como la utilización y el desarrollo de la IA en los avances de la tecnología dentro de la

cotidianidad; En el momento en el que las personas se encuentran humanizando la tecnología en el presente y para la historia de una conectividad continua. Dentro del desarrollo de la conceptualización de la IA se plantea la inmoralidad en manos de la tecnología, mediante el "MindFields archivos capaces de copiar y duplicar nuestra conciencia con capacidad de mantenerse después de la muerte" (p. 7). Todo este ensayo teórico se pone en práctica mediante la creación y realización de un proyecto audiovisual llamado **when I´m no longer here**; donde se puede visualizar cuestiones sobre la IA en un papel social, económico y político en un futuro, asimismo la relación y reacción de la humanidad frente a este tipo de tecnologías.

Sin embargo en un estudio de investigación realizado por (Berrio; Perilla; Cadavid 2023) estudiantes de comunicación de la Universidad Uniminuto sede medellín, plantean mediante su trabajo de grado **Inteligencia artificial aplicada al periodismo casos TeleAntioquia Telemedellín** que la integración de tecnologías basadas en inteligencia artificial en la gestión de contenidos en canales regionales en Colombia como Teleantioquia ha supuesto un cambio significativo en los procesos de producción y publicación de noticias. "Como lo es en la calidad y la veracidad de los contenidos producidos, que son fundamentales para la credibilidad del medio, donde se asegura que la información que es presentada al público sea precisa y completa, evitando errores y malinterpretaciones"(p. 56).

Por último en la investigación realizada por **Santiago Tejedor** acerca del Newsgaming en el periodismo asegura que "la IA inaugura un escenario de gran potencialidad para la ideación de nuevos formatos en el ámbito periodístico, con el objetivo de mejorar, complementar o enriquecer el trabajo de los propios periodistas" (Tejedor 2022 p. 22). Explorando nuevos ámbitos como lo podría ser la creación de contenido audiovisual mediante las herramientas que nos puedan llegar a brindar la IA revolucionando la esfera periodística visualizado en su artículo **Investigar sobre la inteligencia artificial y newsgames en el periodismo** con el fin de encontrar lógicas lúdicas propias como las del juego que han sido de gran utilidad en el diseño de proyectos informativos, pero también de iniciativas educativas dentro de la academia.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 inteligencia artificial

La llegada de la inteligencia artificial dentro del ámbito humano empieza desde los años 60 pero las investigaciones científicas que se empezaron a realizar de la misma nacen desde los años 80; Sin embargo con la transformación de los formatos comunicativos desde el 2010 con las redes sociales y el comercio en línea se empieza a conocer la *Inteligencia Artificial* (IA) dentro de las sociedades modernas; Un método de automatización de muchos oficios, trabajos y métodos de estudio como lo es el

periodismo en la actualidad “Si los planes de estudios siguen ajustándose a los actuales patrones de fragmentada inconexión, nos prometen una ciudadanía incapaz de comprender el mundo cibernético en que vivirá.” (Mcluhan Marshall 1996 p. 175), donde la tecnología es transversal al conocimiento siendo la evolución un factor crucial al implementar nueva tecnología en campos nunca antes explorados.

La automatización, o cibernética, trata todas las unidades y componentes del proceso industrial y comercial del mismo modo que la radio o la televisión combinan a los individuos de la audiencia en nuevos interprocesos (Mcluhan Marshall 1996 p. 176) con el cambio generacional cambia el paradigma con aquellos *Nativos digitales*, estas personas han presenciado el desarrollo tanto de entornos plenamente digitales “tal es el caso de Internet como los cambios producidos en materia de dispositivos” (Otero Gonzalez 2022 p. 2), con estos cambios han transformado de igual manera la forma de hacer periodismo en la última década, creando una revolución en la manera de informar para las generaciones en el mundo.

En específico con la creación de contenido para medios de comunicación con la interacción de las IA casi siempre se habla de contenidos automatizados, en los ámbitos ideales para el desarrollo de estos contenidos han trabajando hasta ahora han sido temáticas específicas en el que la inteligencia puede trabajar con bases de datos recurrentes con el fin de crear y difundir información. El uso de IA ha avivado así el debate acerca del alcance real que puede tener la adopción de esta tecnología que no es

nueva, pero sí con un grado de desarrollo e implementación inédito hasta ahora y de si se trata de una oportunidad o de una amenaza para el periodismo que se realiza en la actualidad (Peña- Fernandez; Meso; Larrondo; Diaz 2023 p. 4).

Dentro del convencionalismo del periodismo en las salas de redacciones ya se encuentra instaurada la IA con el argumento de que aumenta la producción de contenidos y brinda un panorama alentador para un periodismo innovador y de calidad, donde la IA enfrenta al periodismo no sólo a retos derivados de la adopción de una nueva tecnología en su continuado proceso de transformación digital (Calvo; Ufarte 2020) sino que provoca así una serie de desafíos al periodismo en el ámbito digital en la implementación de la nueva tecnología, sino que también en el proceso de producción de los mismos productos, ante la actitud de los medios de comunicación donde la transformación digital ha sido tradicionalmente reactiva, defensiva y pragmática (Peña-Fernandez; Meso; Larrondo; Diaz 2023 p. 4), en los formatos periodísticos que tenemos hasta el dia de hoy, y donde se deben adaptar a nuevas formas de hacer periodismo digital.

La transformación dentro del periodismo comienza con pequeñas cosas, donde se ve la evidencia de los sistemas de apropiación de las nuevas tecnologías. Esto se hace mediante los formatos que podemos ver en la actualidad y cómo de manera inclusiva se evidencia a público con los que antes la realidad de comprender un video o un formato audiovisual costaba, dentro de estas herramientas se puede analizar el Closed Caption,

un atajo digital desarrollo por inteligencia artificial que subtitula el audio de los contenidos, facilitando así la comprensión del producto escuchando, viendo y leyendo, donde esto se debe a que se asegura que la información presentada sea precisa y completa, evitando errores y malinterpretaciones.

En conclusión la IA inaugura un escenario de gran potencialidad para la imaginación, ideación y puesta en práctica de nuevos formatos en el ámbito periodístico, "con el objetivo de mejorar, complementar o enriquecer el trabajo de los propios periodistas" (Tejedor 2022 p. 2). Con el fin de tener nuevos recursos informativos en ámbitos no explorados como lo es la creación de contenido audiovisual mediante las herramientas integradas que nos pueden llegar a brindar la IA revolucionando la esfera periodística, además, Santiago Tejedor dentro de otro de uno de sus artículos "Análisis de la integración de sistemas inteligentes de alertas y automatización de contenidos en cuatro cibermedios" resume el uso de aplicaciones de inteligencia artificial en las diferentes fases de elaboración de noticias donde ya es una práctica habitual en los medios de comunicación internacionales.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Inteligencia Artificial.

Es un sistema que se crea mediante algoritmos y bases de datos como un conjunto de herramientas que ayuda y potencializa la realización de tareas de los seres humanos en saberes que son transversales dentro de la cotidianidad de la vida humana.

2.3.2. Nativos Digitales.

Son aquellas personas que han evolucionado durante generaciones a través de la tecnología y se han apropiado de los mecanismos que nos brinda la misma. Se puede considerar que los nativos digitales son aquellas generaciones de los Millennials y Centennials.

2.3.3. Formatos periodísticos:

Los formatos periodísticos son aquellos formatos en el que los géneros periodísticos se presentan ante las audiencias, por consiguiente nos ayudan de manera objetiva a la transmisión de información y comunicación en los medios donde se emplean como medios tradicionales, digitales, de prensa escrita o prensa digital.

2.3.4. Periodismo Digital

Es una práctica del periodismo donde se utilizan diversas herramientas digitales para su creación y distribución. El Periodismo Digital se encarga de llegar a todas aquellas personas que se informan de manera digital, sea por redes sociales, páginas web, Blogs, etc… en el que mayoritariamente se siguen medios alternativos distintos a los que se presentan en canales nacionales y regionales del país, sin dejar de lado que los medios tradicionales y nacionales pueden ser partícipes de este tipo de periodismo, además una alternativa del periodismo digital es el apoyo a estos medios alternativos, lo cuales pueden llegar a lugares remotos de las regiones donde hay poco o nulo el cubrimiento periodístico. La digitalización ha permitido que la inteligencia facilite la accesibilidad de la información creando, produciendo y distribuyendo el periodismo.

2.3.5 Closed Caption

Es una herramienta de inteligencia artificial que crea de manera digital subtítulos, con el fin de facilitar la accesibilidad de las personas a distintos formatos audiovisuales, mediante la lectura rápida de lo que se desarrolla de manera instantánea en un video, formato de televisión o formato audiovisual, etc…

2.3.6. Newsgaming

Es un tipo de formato periodístico que de una manera lúdica generan valor informativo, formativo y de entretenimiento, que al relacionarse con la IA potencializa vertientes del periodismo y de métodos de educación por medio de los videojuegos.

2.4. MARCO LEGAL

En cuanto a la reglamentación que hay acerca de la Inteligencia Artificial en Colombia es muy vaga y como lo dice el **Proyecto de Ley** impulsado por el senador Pedro Flores del Pacto Histórico busca que mediante la legislación "El uso responsable de la Inteligencia Artificial en Colombia y se dictan otras disposiciones" (2023 pág 1), para que las tecnologías se use de manera adecuada y responsable dentro de los parámetros éticos que garanticen la igualdad y equidad para los usuarios y todo colombiano que desee usarla a fin de reglamentar una nueva era que viene de la mano de la revolución industrial que aporta a todos los campos de la vida asegurando así su impacto de manera adecuada en la sociedad colombiana.

En cuanto al gobierno nacional solo se expide de manera explícita en el **Decreto 1263 de 2022**, en el que el gobierno dictaminó la actualización de los datos y se genere una revolución digital en cada departamento y ministerios publico, ademas que sea transversal con el Ministerio de las TICS con la digitalización en la transformación digital pública en Colombia.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Este estudio se encarga de analizar y de poner en práctica el conocimiento y desconocimiento de la Inteligencia Artificial en la producción de contenido audiovisual, por parte de los estudiantes de la carrera de comunicación social y periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, basada en teorías como la de McLuhan, Santiago Tejedor, Ivan Otero, Luis Calvo y Maria José Ufarte con el fin de analizar el problema de la especialización en el manejo de IA en la creación de productos innovadores para periodistas.

Hernández-Sampieri y Mendoza 2008 plantean que los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio, es por eso que para una mayor conciencia de que las personas sepan cómo utilizar de manera adecuada la IA, en espacios de pre producción, producción y post producción de contenido audiovisual.

En este caso de estudio, la investigación se centrará en la categoría correlacional, respondiendo así a la misma como categoría en los siguientes cuestionamientos:

- ¿Por qué es importante aprender acerca de la Nueva tecnología y los avances que hay?
- ¿Qué de nuevo, nos trae la inteligencia artificial en el periodismo?
- ¿Qué aspectos podemos mejorar utilizando la IA en nuestra labor social como periodistas?
- ¿Qué proyectos innovadores podemos generar a partir de la IA en los contenidos audiovisuales en el periodismo?

"Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretenden ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y luego su correlación" (Hernandez - Sampieri Pag 47) es decir que mediante el análisis de los datos que realizaremos con los estudiante, se recopilaran variabilidad de acercamientos que tienen los estudiantes al nuevo tipo de formatos visuales que ofrecen las nuevas tecnologías en entornos de creación audiovisual.

Como por ejemplo: Esta investigación busca analizar el conocimiento que tienen los estudiantes de la Universidad Distrital en materias donde se necesite crear contenido audiovisual y que conlleve a esto la materialización y análisis del uso de IA como una propuesta a la hora de prestar un producto.

"La Utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales, son saber cómo se pueden comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otra u

otras variables relacionadas"(Hernandez - Sampieri Pag 47), por esta razón, la investigación a desarrollar se hará mediante instrumentos de medición como lo son las encuestas, y estudios de caso en específico (con los datos ya relacionados a partir del primer instrumento mencionado), con el fin de responder nuestro problema ¿De qué manera diseñar un producto web que ofrezca diferentes aplicaciones (app) de inteligencia artificial para los procesos de creación audiovisual como herramienta para los estudiantes de comunicación social y periodismo de la Universidad Distrital?

Con esto el estudio del caso que se llevará a cabo "Realmente no hay un solo proceso mixto, sino que en un estudio híbrido concurren diversos procesos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008) El fin del desarrollo y la creación de este producto web es encontrar la automatización de las tareas sin salir de la continua cotidianidad de la labor como periodistas a la hora de realizar proyectos, donde la IA estará inmersa transversalmente mediante el estudio.

CAPÍTULO 4

INTELIGENCIAS ARTIFICIALES DE CREACIÓN AUDIOVISUAL

En la era digital actual, la comunicación social y el periodismo se encuentran en un constante enfrentamiento gracias a la evolución de la tecnología y así como lo dice el matemático y filósofo estadounidense Norbert Wiener (1958) en su libro Cibernética y Sociedad

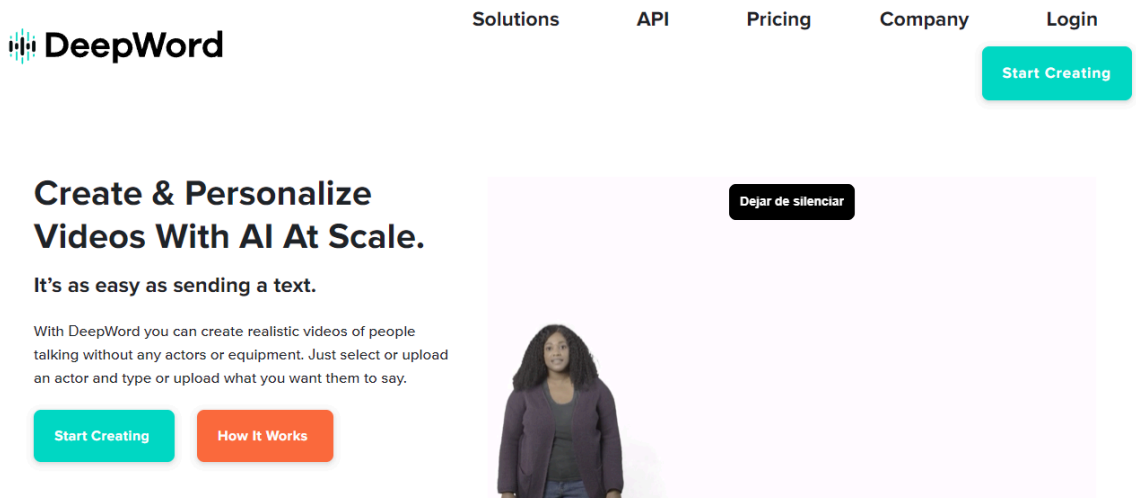
"Existe una segunda clase de máquinas pueden utilizarse para compensar pérdidas de un mutilado o deficiencias sensoriales, así como para proporcionar nuevas habilidades potencialmente peligrosas a los que ya son poderosos. La contribución de esas máquinas puede extenderse a producir mejores miembros artificiales O instrumentos que permitan a un ciego leer las páginas de un libro ordinario, transformando las formas visuales y auditivas, así como procurar medios similares de advertir la aproximación de un peligro y, por tanto, una mayor libertad de movimientos" (Wiener, N. 1958, P. 137).

Hoy en día con la velocidad de la información que se genera de manera constante y libre, dificulta a los profesionales en su labor de mantenerse al día y crear contenido atractivo, interactivo y relevante para diferentes tipos de audiencias a las que quieren llegar.

Es aquí donde podemos ver que la llegada de la Inteligencia Artificial como una herramienta y una alternativa a la labor múltiple que realizamos los comunicadores y periodistas para poder estar al día con la información y el contenido que realizamos.

Las nuevas posibilidades que la IA nos brinda con el fin de generar nuevas experiencia, posibilidades, ideas y mayor contenido de todo tipo hace que sea más eficiente y eficaz el trabajo a realizar en el día a día como lo hace DeepWord que crea narraciones de textos y crea podcast.

Figura 4.1. IA DeepWord



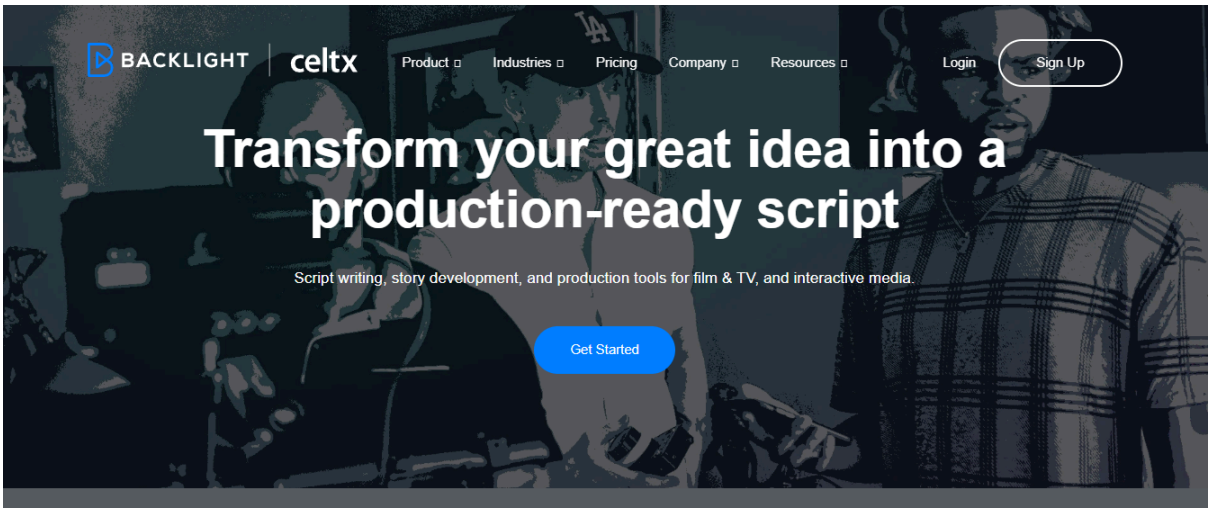
Nota: Interfaz de DeepWord Inteligencia dedicada a crear voces realistas a partir de texto, ideal para la narración, la creación de podcasts y la producción de audiolibros.

Es así como los comunicadores y periodistas del pregrado de la Universidad Distrital deben integrar de manera continua en la academia el uso de la IA, como una herramienta transversal dentro de los productos a realizar en la creación audiovisual, con el fin de automatizar las tareas con las herramientas que nos brindan las Inteligencias artificiales, en distintos proyectos de grabaciones de audio y video que no solo sea con el fin de realizar trabajos, sino de manera que integre la académica con el campo laboral y la actualidad del mercado.

La ayuda de la IA en un entorno plagado de información y poca innovación en la realización de productos de audio y video es importante que las ideas genuinas resaltan de manera exponencial, es por eso que la originalidad de los productos hechos por escritores, realizadores, autores y videografos y demás personas que quieran crear proyectos sean potencializados con herramientas de IA con el fin de contribuir a una mayor calidad y una

mejora en productos que a la larga serán grandes piezas entregadas y hechas para distintas audiencias como lo podemos ver en la Figura 3.2 acerca de la IA Celtx.

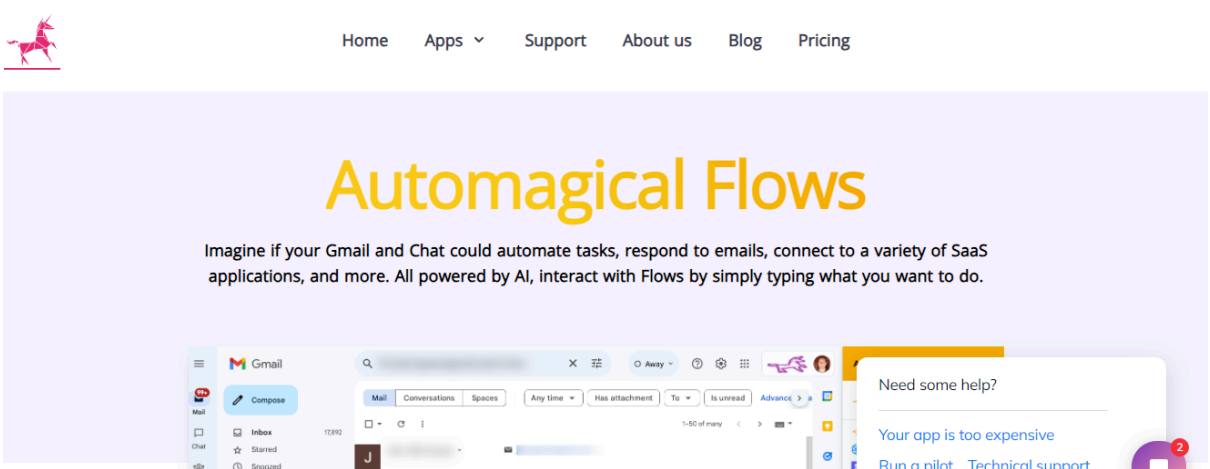
Figura 4.2. IA Celtx



Nota: Interfaz de Celtx Inteligencia dedicada a la preproducción con herramientas para crear storyboards, guiones y hojas de llamada.

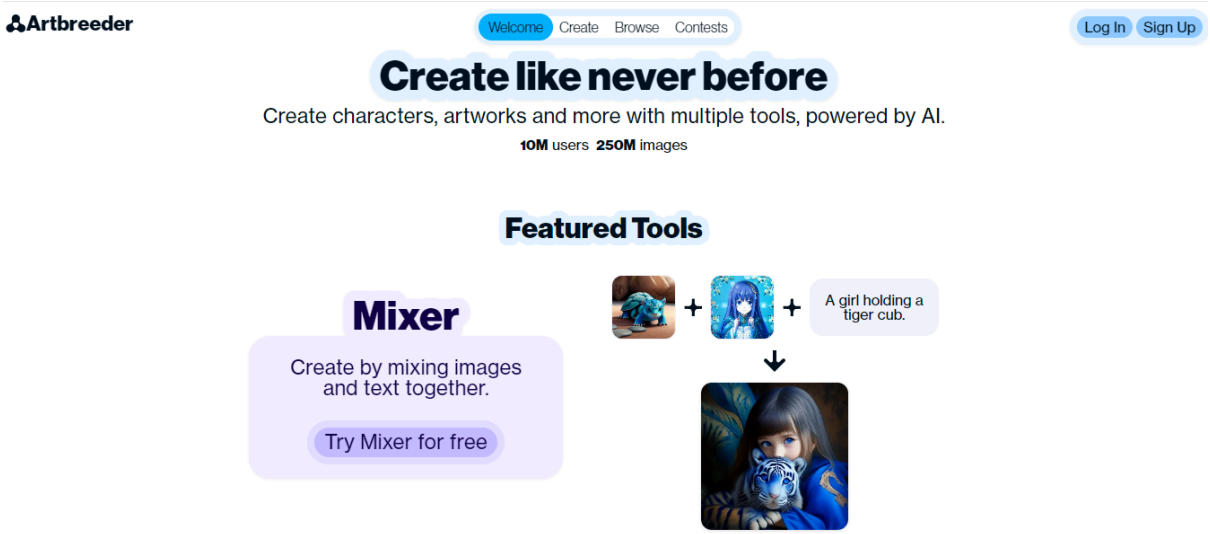
En productos de video las herramientas que podríamos encontrar para realizar mejor nuestro trabajo serían en colorimetria, cortes adecuados, movimientos de camaras ademas de encontrar recursos en estas herramientas que apoyen tomas, creando espacios a partir de palabras y generando increíbles paisajes, personas en imagenes y videos realistas que impactan la producción creando nuevos espacios y recursos para las producciones.

Figura 4.3. IA Automagical



Nota: Interfaz de Automagical Inteligencia dedicada a editar videos de manera automática, ideal para crear contenido rápido y consistente.

Figura 4.4. IA Artbreeder

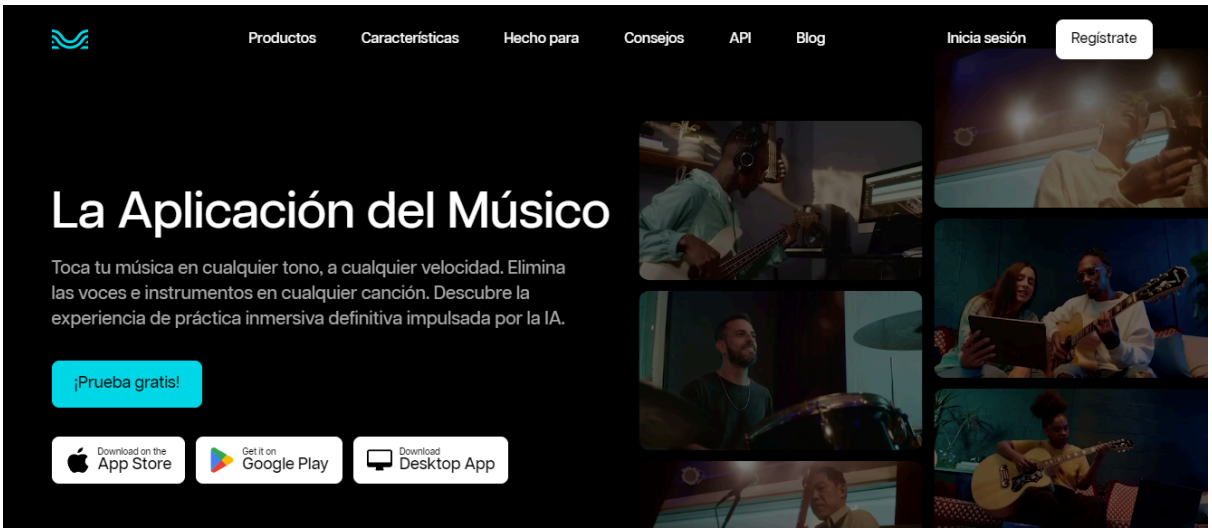


Nota: Interfaz de Artbreeder Inteligencia dedicada a crear paisajes y escenarios fotorrealistas a partir de descripciones textuales.

En entornos de audio la calidad de los sonidos es una de las fallas recurrentes dentro de las producciones audiovisuales por su poca formación e información que se brindan. Uno de los recursos más importantes por ende es el audio en una producción que lo necesite, esto ayuda y cautiva a los consumidores de los proyectos a ser parte de la trama además de llevar muchas veces un hilo conductor. Es por eso que las herramientas que nos ayudan para mejorar los audio es el de limpiar de ruidos externos los audios, mejorar la ganancia en

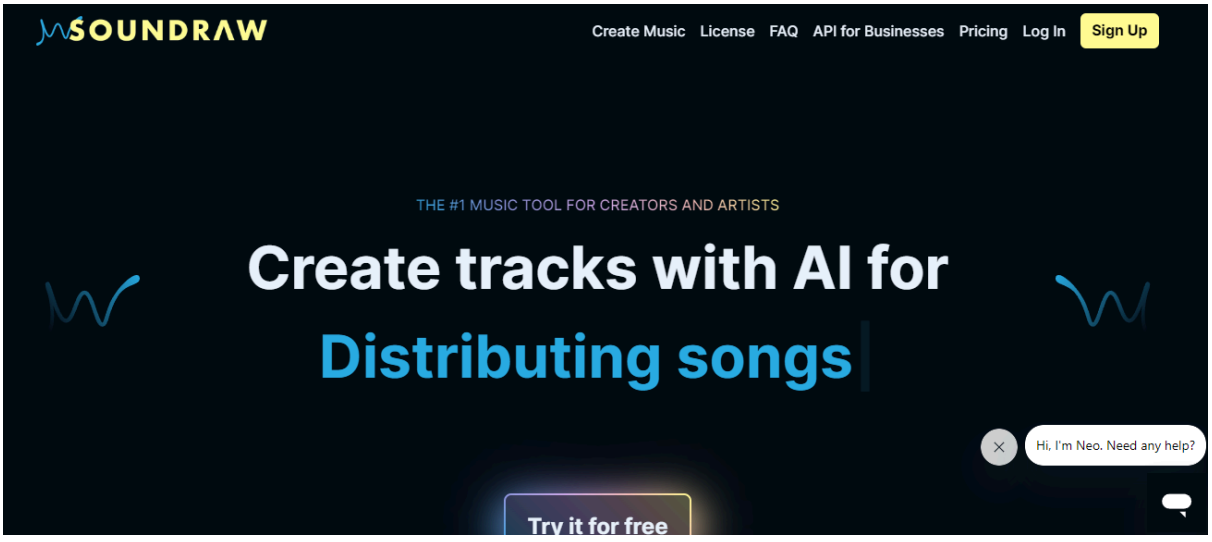
de sonidos, además de crear, generar y diversificar las distintas voces de una producción como lo hace IA Moises (Figura 3.5).

Figura 4.5. IA Moises



Nota: Interfaz de Moises.ai Inteligencia dedicada a separar instrumentos, voces y otros elementos de pistas musicales, permitiendo a los usuarios remixar y editar audio con facilidad.

Figura 4.6. IA Soundraw



Nota: Interfaz de Soundraw.ai Inteligencia dedicada a generar música y efectos de sonido libres de derechos de autor a partir de descripciones textuales.

En cuanto a la realización de un proyecto en general hay una diversificación de tareas a lo largo y ancho de una producción, por esto la preproducción, la producción y post producción son muy importantes para que un proyecto salga muy bien y de manera adecuada para el público. En las distintas tareas que hay que realizar durante las producciones de proyectos audiovisuales parten de una idea, de la creación de un guión, la dirección del mismo y la edición del material grabado para la entrega de un producto final. Durante este gran camino pueden variar ideas, tomas, diálogos que quedan a la consecuencia de imprevistos durante un rodaje, pero a decir verdad hay lineamientos que desde la IA se pueden facilitar y desarrollar las ideas para el control y manejo de la producción en general para su eficaz realización.

Figura 4.7. IA Jasper

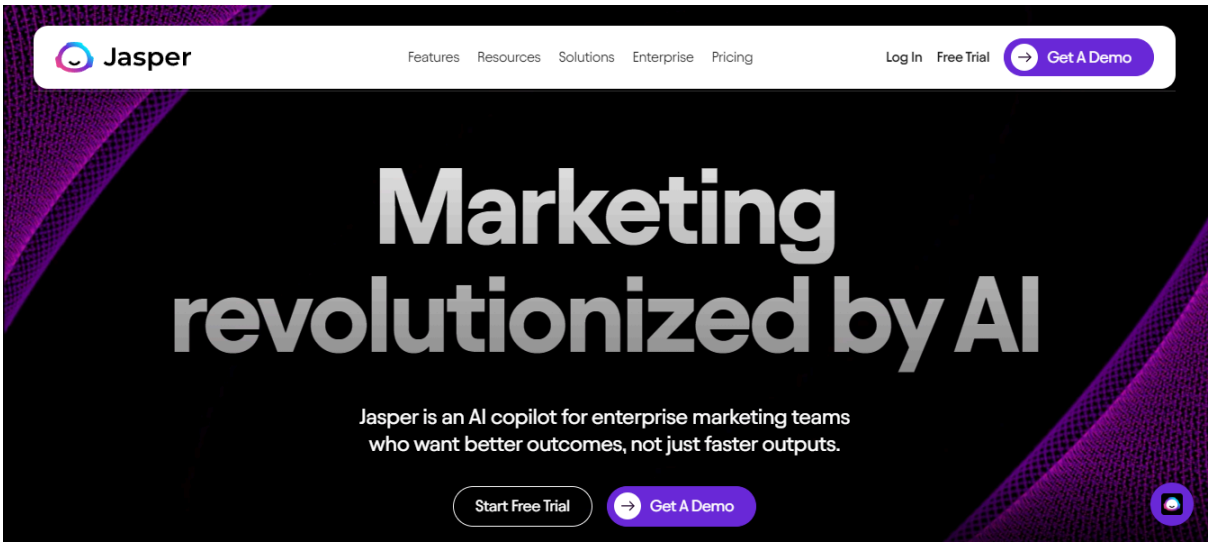
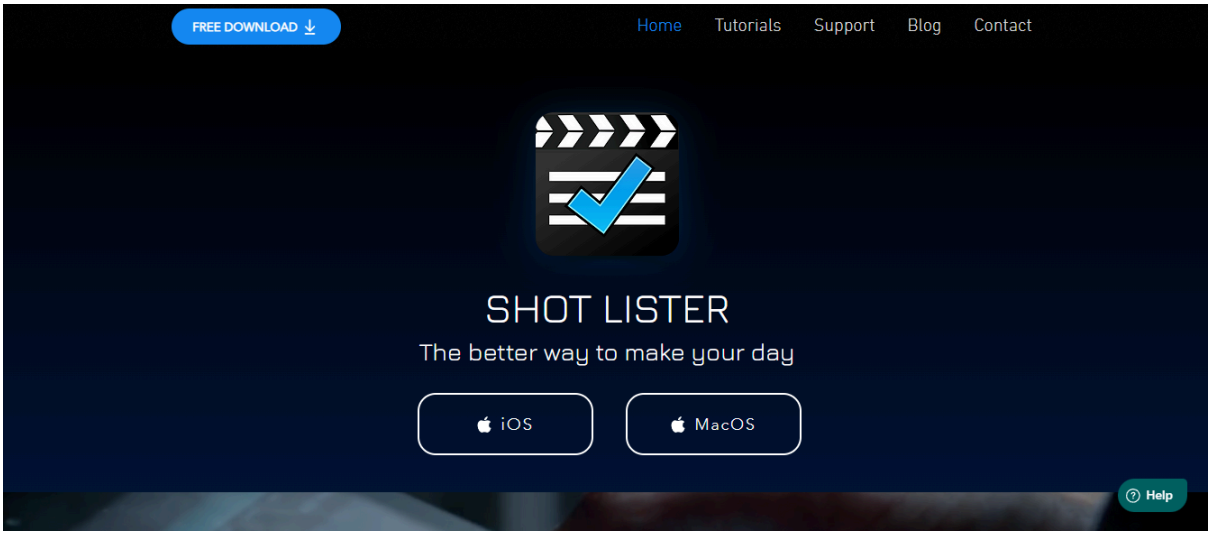
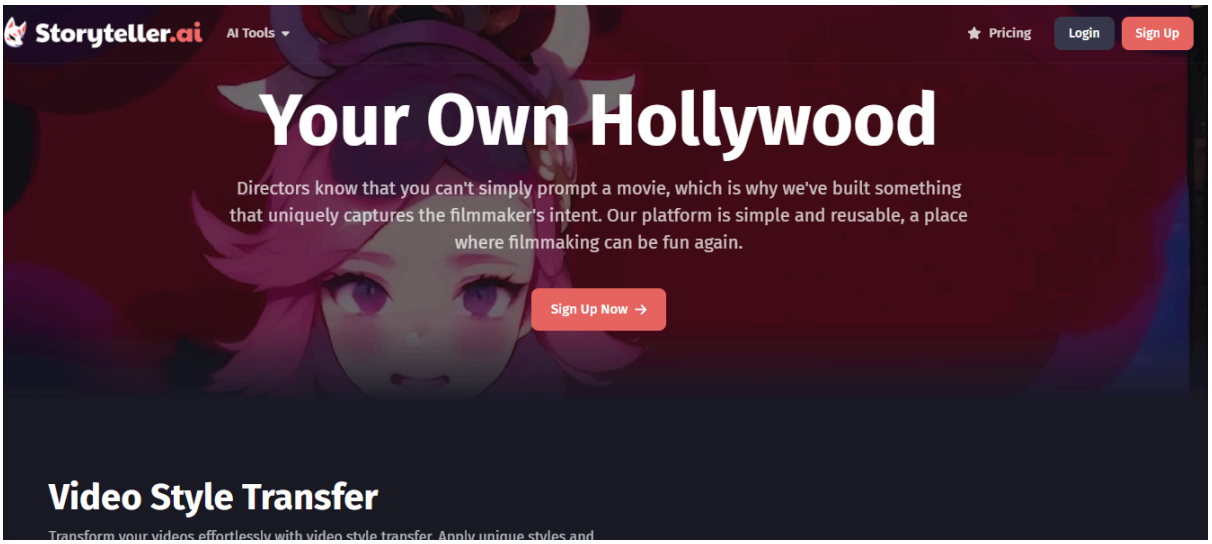


Figura 4.8. IA Shotlist.pro



Nota: Interfaz de Shotlist.pro Inteligencia dedicada a generar listas de tomas a partir del guión y las preferencias del director.

Figura 4.9. IA Storyteller



Nota: Interfaz de Storyteller Inteligencia dedicada a generar storyboards a partir del guión y sugerencias creativas.

Es por eso que durante un proceso en el que se trabaja en la parte audiovisual, se realizan distintos procesos en la edición de las piezas que por último se entregan como un único producto. Es importante tener en cuenta que hay muchos factores durante un proceso de edición, como lo llega a ser el almacenamiento de todo lo que se ha realizado de acuerdo a los guiones y todos aquellos recursos que son necesarios para complementar el material ya existente, de tal manera los procesos de edición son arduos a la hora de recaudar material complementarios por una producción audiovisual como lo llega a ser imágenes de acompañamiento, musicalización del contenido y por supuesto distintos sonidos ambientes si así lo requiere la pieza.

Con ello se requiere de espacios además de bancos ya utilizados que automaticen las tareas como mejorar las calidades de audio y video, eliminación de espacios muertos dentro de los materiales, además de que con la ayuda de innumerables herramientas como los subtítulos, el lenguaje de señas y sonidos descriptivos que ayudan a la accesibilidad de distintas personas con o sin discapacidades a los productos finalizados con facilidad.

Por tal manera y sin desprestigio de la labor de los comunicadores y periodistas, con la llegada de la IA y la automatización de sus tareas para un desarrollo más eficiente de trabajos y productos de creación audiovisual, que ayudan sin duda alguna y contribuyen muchas veces a la labor que se realiza con las comunidades y su cotidianidad como no lo dice Jünger Häbermas en la Teoría de la Comunicación Activa (1992).

“La tradición cultural compartida por una comunidad es constitutiva del mundo de la vida que los miembros individuales encuentran ya interpretado en lo que atañe a su contenido. Este mundo de la vida intersubjetivamente compartido constituye el trasfondo de la acción comunicativa.”(Häbermas, J. 1992, Pag. 31).

Es por eso que la llegada de todos estos productos a todas aquellas comunidades a las que se quieren llegar con los productos con el fin de comunicar de manera eficiente el mensaje

y la intención con la que se quiere compartir proyectos, cargados con la nueva relación y revolución tecnológica por la que el mundo hoy en día está pasando.

Es decir que todo aporte que la IA le pueda hacer a la comunicación social y el periodismo, con el fin de potencializar el desarrollo de estos dos ámbitos de estudio y que aportan e impactan la cotidianidad de las personas en todas las áreas de la vida y la academia , se han estudiados y potencializados para el crecimiento potencial de las aristas de las labores en el dia a dia.

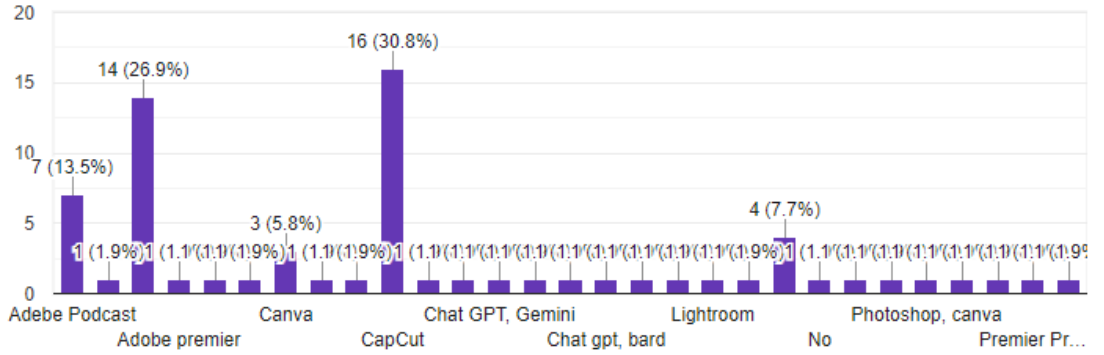
CAPÍTULO 5

LA ACADEMIA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Dentro de la recopilación de las inteligencias más usadas por los usuarios de internet y los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital se encuentran: Chat GPT, Cap Cut, la Suite de adobe (Photoshop, Premiere Pro), Canva, Gemini, Hitfilm, PicsArt, Bard, entre muchos otras que ayudan a los estudiantes, no solo en los ámbitos de audio y video sino que también en áreas conceptuales.

Figura 5.1. Programas IA utilizados por los estudiantes

¿Cuáles programas de edición conocen, que contienen herramientas de inteligencia artificial?



Nota: El gráfico representa el reconocimiento de los programas que contienen herramientas con Inteligencia Artificial por parte de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Como lo muestra la Figura 1 nos dice que el 23% de los estudiantes encuestados no reconocen las herramientas que contienen la Inteligencia Artificial dentro de los programas que usualmente utilizan la mayoría de sus compañeros, ya sea por su inutilidad o no saben

aprovechar de manera adecuada las herramientas que nos brindan los programas. Según Scolari:

> "Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí" (Scolari. C, 2017).

Es ahí donde los estudiantes pueden percibir de manera audaz y eficaz el uso de herramientas de IA para el desarrollo de productos con mejor calidad de imagen y sonido. Ya que no solo impacta de manera positiva en la elaboración de los productos sino que también en la conexión con la distribución y apropiación de los mismos en diferentes espacios, tanto de manera académica como laboral.

En la actualidad la interactividad con los productos que se realizan mediante el contenido audiovisual es común, pero en la realidad es una evolución tecnológica que se ha desarrollado a través de los años. Una particularidad de esto se evidencia mediante el avance tecnológico como lo vemos hoy en día, se han destacado, representado y se han llevado a cabo de manera artística.

Un ejemplo de ellos es Nam June Paik, un artista surcoreano que impulsó mediante el arte el desarrollo tecnológico desde los años 60 del siglo pasado. Haciendo un precedente importante con el inicio del video arte y las bases para lo que en la actualidad sería la integración de la Inteligencia Artificial en el Arte Digital.

Es así como hoy en día podemos ver exposiciones de arte ligados con la Inteligencia Artificial alrededor del mundo, como lo hace el turco- estadounidense Refik Anadol mediante sus proyectos que consisten en algoritmos de aprendizaje automáticos basados en datos que crean entornos abstractos. Obras que fueron expuestas en el año 2022 en el Museo de Arte Moderno en Nueva York acerca de la historia del arte y su evolución en el museo desde hace 200 años atrás.

Figura 5.2. Unsupervised.

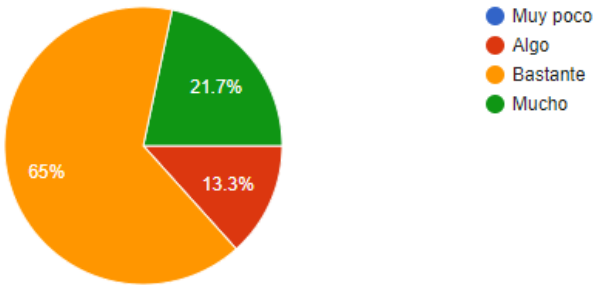


Nota: Por Anadol, R. 2022 Unsupervised. Museo de Arte Moderno en Nueva York (moMA).

Es así como en la actualidad la importancia de algoritmos como los desarrollados por la Inteligencia Artificial, que no solo se quedan en el nivel tecnológico, conceptual y matemático sino en el desarrollo del arte, la comunicación e irrumpiendo en la cotidianidad de las personas.

Figura 5.3. El impacto de la IA en el futuro.

¿ Qué tanto crees que la inteligencia artificial podría impactar en la creación audiovisual en el futuro?



Nota: El gráfico representa los porcentajes de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas acerca del futuro de la inteligencia artificial en la creación audiovisual.

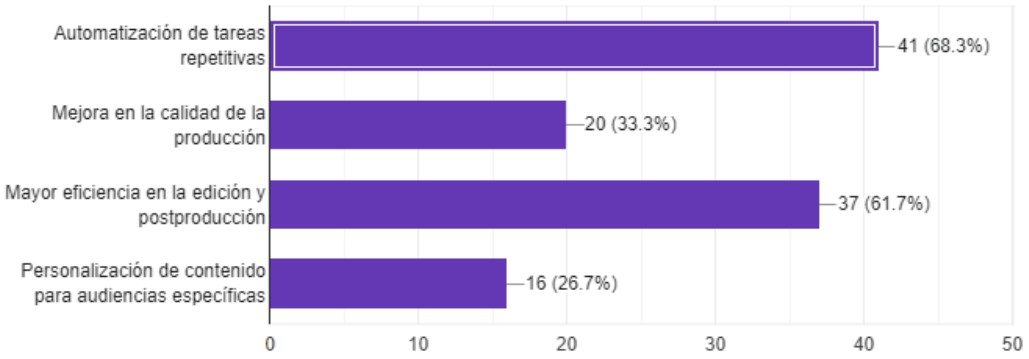
Es por eso que en un futuro cercano la Inteligencia Artificial según los estudiantes va a impactar de manera directa en la creación audiovisual (ver Figura 2), al igual que en todos los ámbitos en el que los sistemas de comunicación se encuentren con el desarrollo constantes de los aspectos de audio y video, ademas de imagenes y todo tipo de piezas que se consideren comunicativas respectivamente.

Mediante estos análisis podemos determinar que todo tipo de herramientas que beneficien el desarrollo de piezas comunicativas en la actualidad generan utilidades específicas aumentando así el rendimiento de las actividades de los comunicadores sociales y periodistas y todo aquella persona que haga uso de la IA en ámbitos que sea necesario y la requiera.

Siguiendo con el tema del uso de la inteligencia artificial según los estudiantes, en su mayoría se automatizan tareas como la eficiencia en la producción y postproducción de un proyecto audiovisual.

Figura 5.4. Aspectos positivos de la IA en la creación audiovisual.

¿Qué aspectos positivos crees que podría aportar la inteligencia artificial a la creación audiovisual?



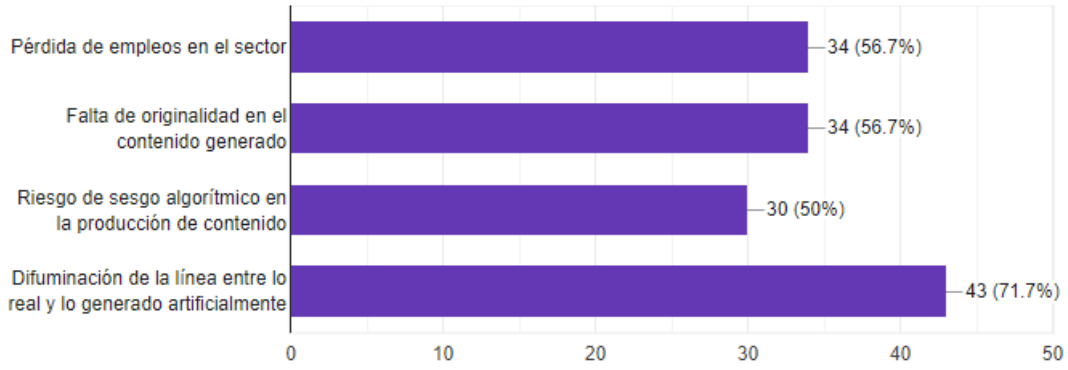
Nota: El gráfico representa los aspectos positivos que tiene la inteligencia artificial en la creación audiovisual según los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Por esta razón la investigación descrita se centra el aprovechamiento que puedan tener las personas al utilizar las herramientas (ver Figura 3), como una solución al arduo trabajo y muchas veces la diversificación de especialidades que tenemos como periodistas al igual de ser una ayuda y solución a posibles errores que se puedan cometer en espacios como los de la edición.

En este punto es importante resaltar como también la inteligencia puede ser usada de una manera negativa, y de alguna u otra forma afectaría en gran impacto a todas aquellas carreras relacionadas a lo que la IA podría precarizar las labores de los oficios como lo muestra la Figura 4 según los estudiantes, donde el periodismo no se queda atrás.

Figura 5.5. Preocupaciones del uso de la IA en la creación audiovisual.

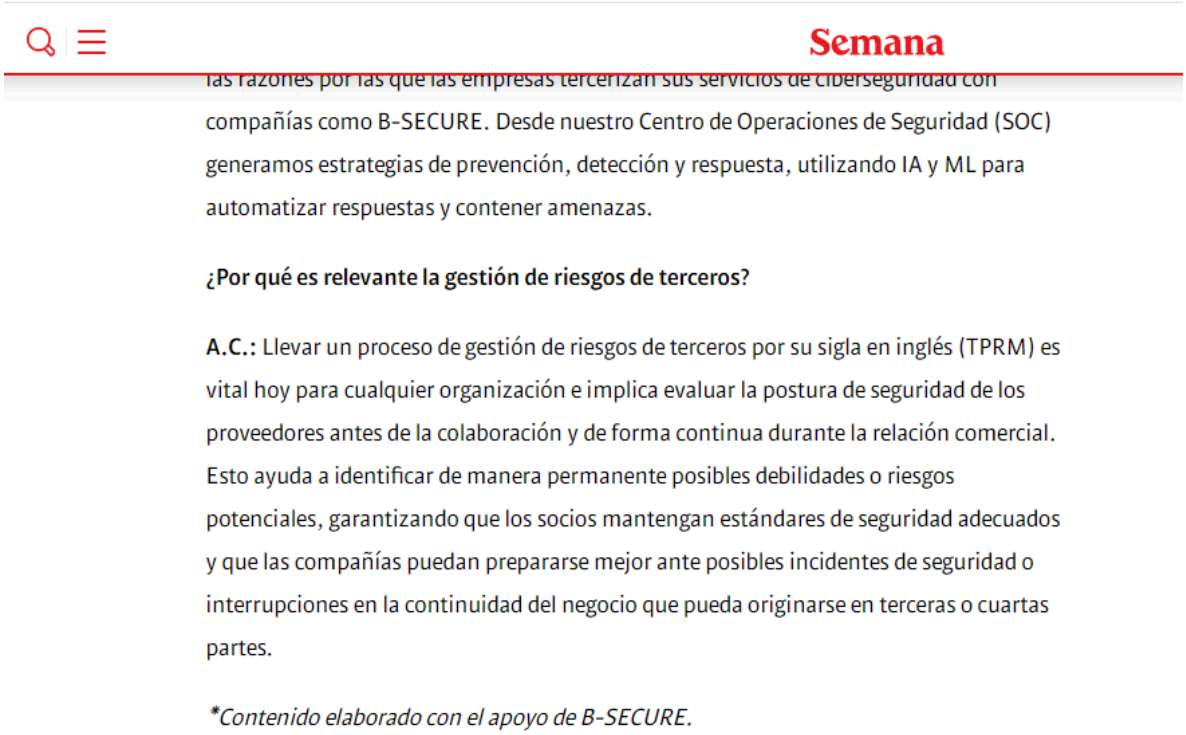
¿ Qué preocupaciones tendrías sobre el uso de la Inteligencia artificial en la creación audiovisual?



Nota: El gráfico representa las preocupaciones de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas acerca de la inteligencia artificial en la creación audiovisual.

El mundo ya se mueve a través de la IA, siendo una realidad temprana para las personas escépticas que se mantienen alejados de las constantes evoluciones tecnológicas, que han venido en el tiempo. El periodismo no se ha quedado atrás y mediante distintas bases de datos ya medios de comunicación de prensa digital hacen realidad el uso de la IA en sus formatos, un claro ejemplo de ello son los medios de comunicación colombianos que utilizan plataformas como Machine learning y B- Secure (Semana 2024) para desarrollar sus textos y que sean revisados por periodistas para sus publicación digital.

Figura 5.6. Más Inteligencia Artificial y Machine Learning: así enfrentan hoy las empresas a la ciberdelincuencia.



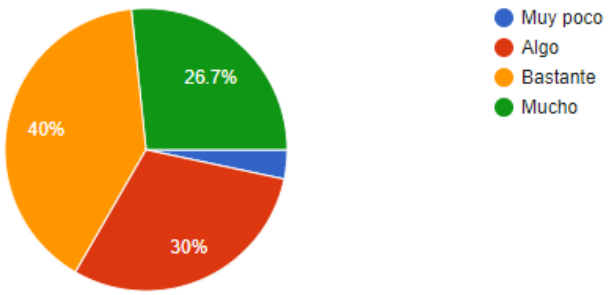
Nota: Por B- Secure 2024 Más Inteligencia Artificial y Machine Learning: así enfrentan hoy las empresas a la ciberdelincuencia, Semana.

La realidad es que la parte conceptual ya podemos reconocer que hay un uso de la IA en la cotidianidad de las personas, que ha decir verdad no sabemos si la sociedad sepa acerca ya del uso de este tipo de inteligencia en la redacción de textos en lago tan cercano como los textos que leemos cotidianamente para informarnos.

Por tal razón fue pertinente mencionarle a los estudiantes mediante el instrumento de recolección de datos, si es importante que un comunicador debe conocer acerca de la Inteligencia Artificial para la creación de productos audiovisuales. Como lo muestra la Figura 5 tan solo el 3.3% de los estudiantes mencionaron que debían saber muy poco.

Figura 5.7. Importancia en la formación profesional en la IA.

¿Crees que es importante que los profesionales de la comunicación social y el periodismo se formen en el uso de herramientas de inteligencia artificial para la creación audiovisual?



Nota: El gráfico representa la importancia que le dan los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas acerca de la formación de la inteligencia artificial en la creación audiovisual.

La certeza es que ya hay adelantos para que la misma Inteligencia Artificial pueda generar de manera automática videos e imágenes, es decir que una empresa revolucionaria como lo es OpenAI (Afp, 2024) ya no crea solo herramientas, sino que también ya puede generar formatos de video con el fin de apoyar proyectos audiovisuales para obtener mejor calidad de trabajos y un buen desarrollo de una narrativa audiovisual.

Figura 5.8. OpenAI presenta Sora, un generador de videos revolucionario que sorprende al mundo.

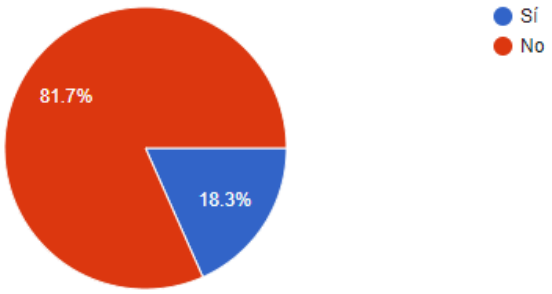


Nota: Agencia AFP 2024 OpenAI presenta Sora, un generador de videos revolucionario que sorprende al mundo, elColombiano.

Una cuestión clara que se puede evidenciar y desarrollar, es la implementación de las nuevas tecnologías dentro de la academia para el desarrollo de mejores profesionales. El mercado laboral evoluciona a la par del desarrollo tecnológico. La realidad latente es la inclusión de la tecnología dentro de las asignaturas y una reorganización futura e incluso de nuevas maneras de desarrollar la comunicación y el periodismo dentro del pensum de la carrera.

Figura 5.9. Clases dedicadas a la IA en la carrera

¿En el ámbito de tu carrera como Comunicador Social y Periodista has visto una clase dedicada a la inteligencia artificial y cómo aplicarla en tu labor?

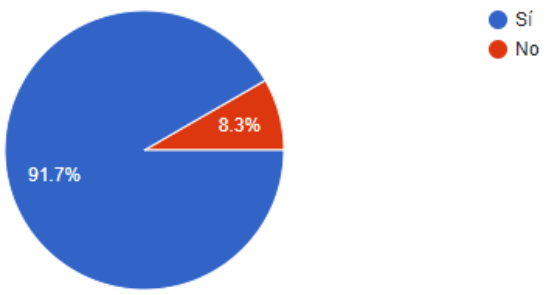


Nota: El gráfico representa la importancia que le da la academia a la inteligencia artificial en la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Es así como lo muestra la Figura 6 que el 81.7% de los estudiantes no han tenido ningún relacionamiento por parte de la academia con las nuevas tecnologías, yendo más lento con innovación tecnológica como algunas vez, se llegó a evidenciar con la llegada del internet y red al mundo.

Figura 5.10. Estadística para un futura formación en IA.

¿Te gustaría aprender más sobre cómo utilizar la inteligencia artificial en la creación audiovisual en el ámbito de tu carrera?



Nota: El gráfico representa la importancia que le dan los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, sobre su formación en su carrera sobre la inteligencia artificial en la creación audiovisual.

A diferencia de la academia como lo muestra la Figura 7 el 91% de los estudiantes les gustaría conocer y saber cómo utilizar las herramientas que nos puede brindar la inteligencia Artificial en la creación audiovisual y como dice Henrry Jenkins en su libro de la Convergencia Cultural (2006).

"La nueva cultura política, al igual que la nueva cultura popular, refleja la relación entre estos dos sistemas mediáticos: el uno de vasto alcance y comercial, el otro de alcance limitado y popular. Es más probable que surjan ideas nuevas y perspectivas alternativas en el entorno digital, pero los medios dominantes controlarán estos canales, buscando la asimilación y difusión de algunos de sus contenidos. Los canales mediáticos populares dependen del marco de referencia compartido creado por los intermediarios tradicionales; buena parte de los contenidos critican o parodian los medios dominantes. La televisión y la radio proporcionan la cultura común y la red ofrece canales más localizados para responder a esa cultura" (Jenkins, H. 2006, P. 214).

Por último con la intervención de la IA se impulsa la cultura popular en los proyectos locales con una aproximación a la red, con el fin de potencializar todo tipo de trabajo audiovisual con un sentido de ciencia, cultura y arte en el ámbito comunitario como lo designa el perfil del egresado de un comunicador social y periodista de la Universidad Distrital, es así como mediante este Trabajo de grado potencializamos y construimos tejido social desde la academia mediante la inmersión de nuevas tecnologías a la hora de construir distintos materiales que contengan contenido que comunica de manera adecuada a las personas.

Estas herramientas tienen un gran potencial para la comunicación social y el periodismo, y es importante que los estudiantes de estas áreas aprendan a utilizarlas. La universidad debe proporcionarles las habilidades y conocimientos necesarios para que puedan aprovechar al

máximo las nuevas tecnologías y contribuir al desarrollo de una comunicación más efectiva y eficiente.

CAPÍTULO 6

EL MUNDO DE LAS IA EN UNA PÁGINA WEB

Desde la llegada de internet a las familias del mundo se ha tenido una evolución increíble en la forma en la que leemos, escribimos e incluso cómo nos relacionamos. Las dinámicas de la actualidad y la digitalización han acercado de muchas maneras a las personas que reconocemos en espacios distintos en lo que hoy en dia vivimos y compartimos en nuestra cotidianidad, es por eso que Marshall Mcluhan nos habla acerca de la "Aldea global" ya en el siglo pasado antes de que esta revolución llegará al mundo, en su libro La galaxia de Gutenberg (1962) nos dice que: "Los descubrimientos electromagnéticos han hecho resucitar el "campo" simultáneo en todos los asuntos humanos, de modo que la familia humana vive hoy en las condiciones de "aldea global"".(McLuhan, M. 1962, Pag. 31).

Es por eso como explica y define el autor el "campo" simultáneo, es el lugar en el que las personas nos encontramos en la actualidad, donde podemos incursionar en distintos tipos de información al instante. Con lo anterior podemos determinar que todos aquellos productos web o Apps (Aplicaciones) que brinden información a las poblaciones de manera

instantánea mediante distintos tipos de buscadores, aportan a la comunicación y a la divulgación de conocimiento en las sociedades modernas.

De tal manera que mediante un producto web de manera creativa incursiona en las nuevas maneras en el que personas se nutren de información a través de portales de internet demara libre y como Carlos Scolari nos lo menciona en su libro de Narrativas Transmedia (2013): "La prensa actual simula la fragmentación informativa de la web. Los diarios impresos del siglo XXI no son diarios, son páginas web impresas. En todos estos casos podemos hablar de hibridación inter mediática o remediación". (Scolari, C. 2013. pág 311).

Es así como podemos comprender que la transformación y la hibridación de los formatos en la actualidad gracias a la digitalización de todos aquellos espacios, donde se concibe y se concentra información, acelera la manera en el que las personas pueden acceder, generando una democratización de la información de manera asertiva en el acceso a la misma. Es decir que la labor y creación de productos realizados por comunicadores y periodistas llegaría a más personas mediante divulgadores web.

De esta manera el producto web de investigación-creación que se elaboró se nutren de información y conocimiento herramientas y aplicaciones (Apps), aquellos estudiantes que necesiten y consideren de manera necesaria utilizar las IA´s como herramientas dentro de su plan de creación audiovisual para futuros trabajos que deben realizar dentro de la academia y el campo laboral en el que se estén desempeñando.

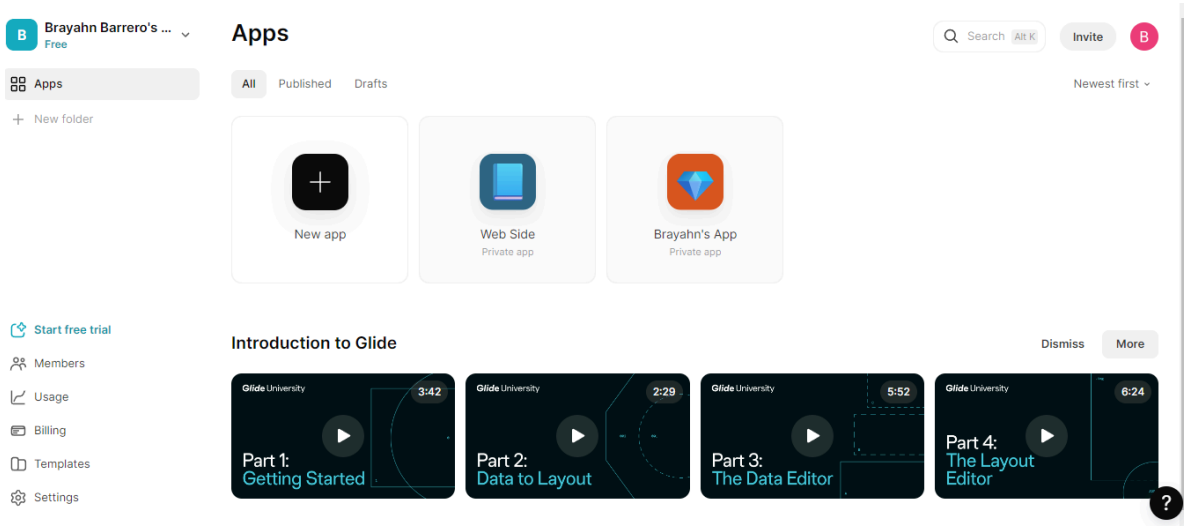
6.1 Glide

Conforme a ello mediante el Software web de creación de apps y portales web Glide, se creó el producto web con el fin de brindarles a los estudiantes de Comunicación Social y periodismo de la UD y todas aquellas personas de la comunidad universitaria que les sea de ayuda, el producto web donde pueden encontrar distintos tipos de inteligencia artificial mediante Aplicaciones (Apps) o herramientas de programas predeterminados, con el fin de que el conocimiento y la información se más fácil y sencilla a la hora de producción y entregar productos de creación audiovisual.

6.1.1.Interfaz

Glide es una aplicación de creación de portales web y aplicaciones (Apps) que ayudan y facilitan mediante plantillas predeterminadas su uso, además de facilitar su uso de manera conjunta con otros miembros en los archivos compartidos, asimismo es un portal web accesible para el público de manera gratuita. El uso de esta página como portal de diseño dentro del trabajo de creación se escogió por su uso intuitivo y fácil en el desarrollo de las creaciones que se realizan.

Figura 6.1. Página principal Glide



Nota: Interfaz de la página Web Glide.

6.1.2. Elementos de Diseño

- **Fuentes y Textos:**

  Dentro de los recursos que encontramos en la plataforma, hay una gran variedad de fuentes tipográficas que se pueden utilizar los usuarios durante el desarrollo de las páginas y apps (aplicaciones) a realizar.

- **Diseños predeterminados**

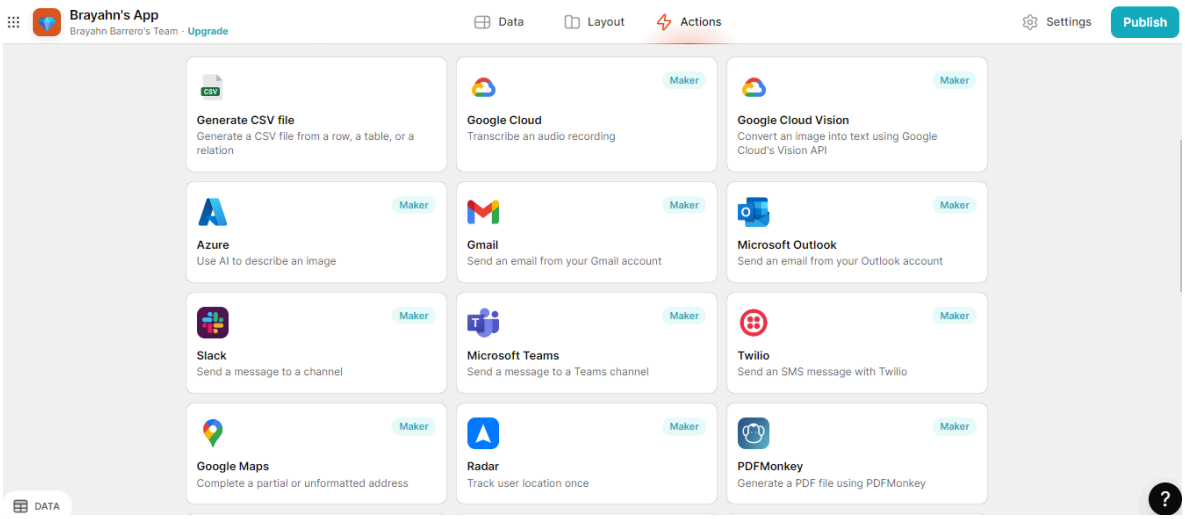
  La plataforma brinda a los usuarios la experiencia de creación y visualización del diseño de la página o app (aplicación) dentro de distintos formatos hardware donde va a visualizar la experiencia del usuario. Es decir, la página brinda la comodidad de

crear diseñar los formatos adecuados y adaptarlos para la experiencia en un computador o un teléfono móvil.

- **Vinculación de aplicaciones:**

  Glide ofrece la capacidad de vincular otras aplicaciones para el desarrollo eficiente de los productos. Aplicaciones como Slack que es una aplicación de mensajería instantánea o Hubspot que en específico se encargará de generar un chatbot para la comunicación instantánea del usuario con las aplicaciones.

Figura 6.2. Aplicaciones asociadas a Glide



Nota: Interfaz de la página Web Glide.

6.1.3. Herramientas de edición

- **Categorías:**

  Glide ofrece una variedad de herramientas como las categorías para organizar la información dentro de la aplicación y que es de fácil acceso dentro de la interfaz de las páginas web en su creación.

- **Listas:**

  Las listas planifican y organizan información dentro del uso de las herramientas para adaptar y jerarquizar información que se requiera.

- **Tablas:**

  Las tablas dentro de la app organizan y comparan información para la verificación y especificación de cualidades dentro de un espacio e información requeridos.

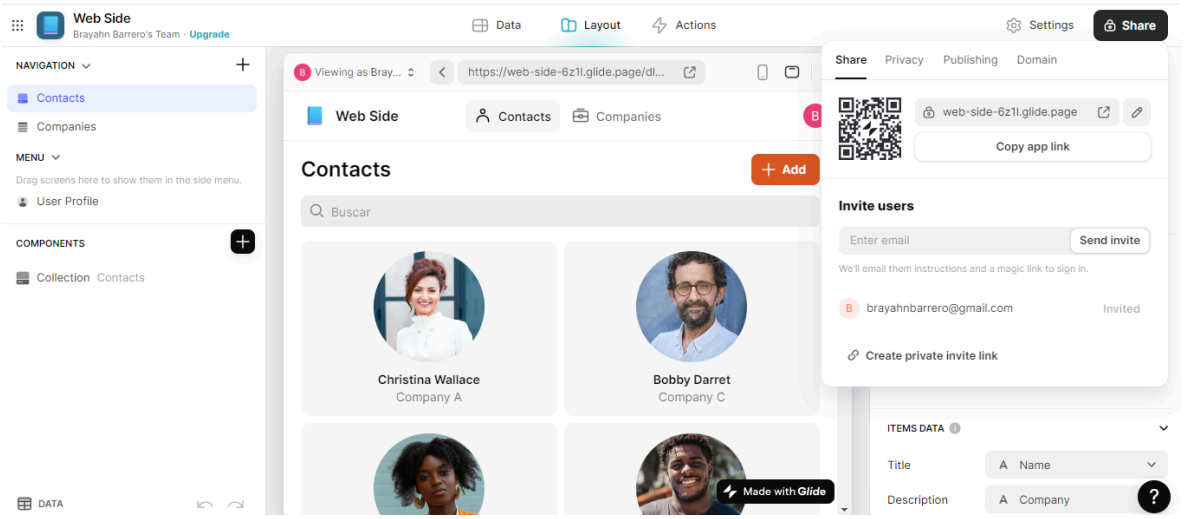
- **Imágenes y videos**

  Glide permite que cualquier tipo de archivo audiovisual sea subido dentro de la app, con el fin de proporcionar de manera interactiva espacios para el desarrollo de aplicaciones para incentivar e interactuar aún más con la creación de un producto web.

6.1.4. Divulgación

Glide ofrece distintas formas a la hora de divulgar el producto de creación web. Una de las maneras es mediante un dominio de identificación para el producto web con el fin de ser una de las maneras más sencillas de acceder al sitio web, además cuenta con un acceso directo mediante un código QR. También hay una manera de compartir el acceso al producto mediante invitación a usuarios con acceso directo desde correos electrónicos.

Figura 6.3. Divulgación Producto Web



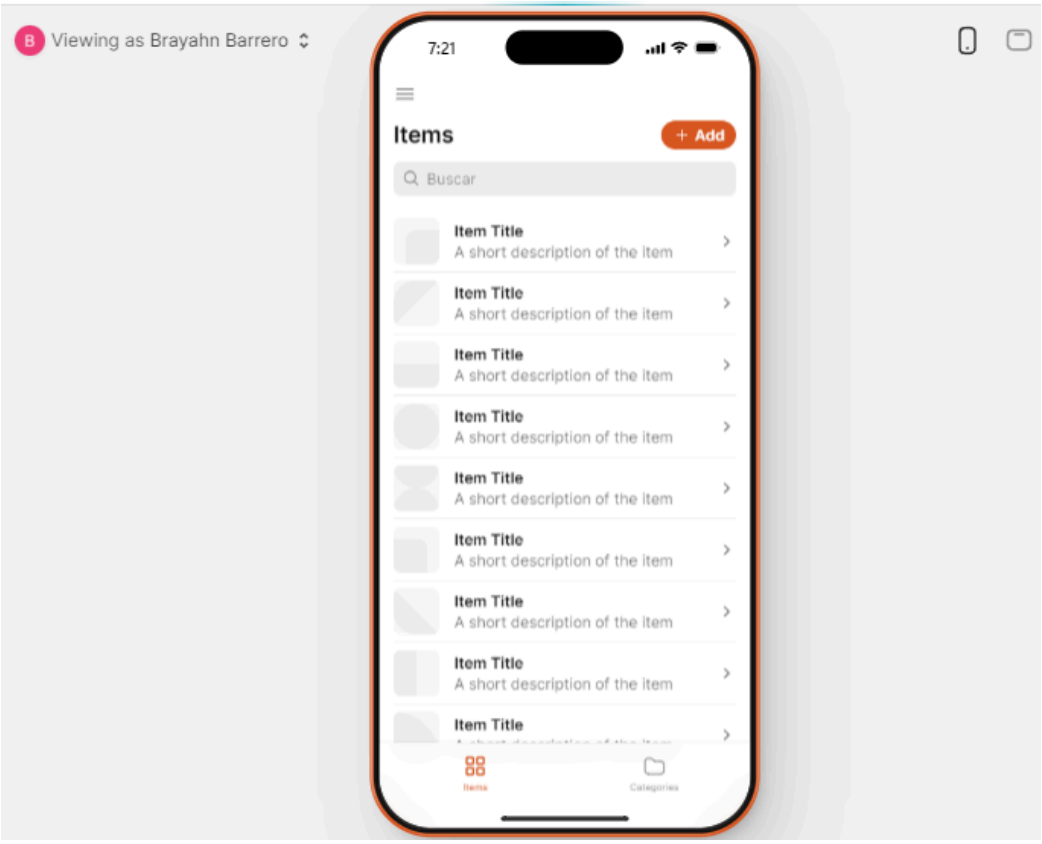
Nota: Maneras de divulgación de la página Web Glide.

6.2 Análisis de resultados

6.2.1. Interfaz

La visualización de la interfaz dentro del producto de creación web se verá similar a este, la categoría de las aplicaciones se desarrollará mediante su uso (Audio y Video), asimismo tablas de comparación entre las aplicaciones con sus diferentes funciones, la interfaz tendra ademas de eso espacios de preguntas y respuestas mediante un chatbot para las soluciones inmediatas antes las inquietudes que hayan sobre las aplicaciones.

Figura 6.4. Interfaz del producto de creación web



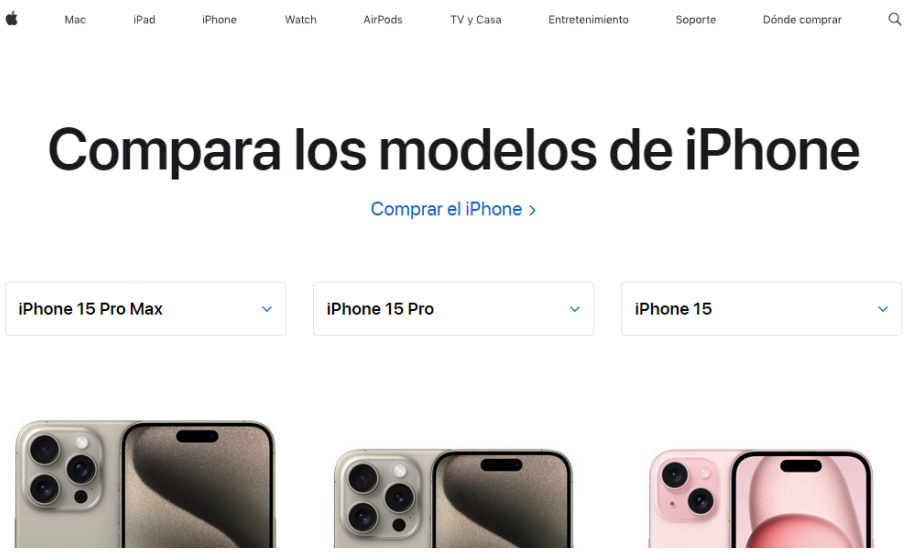
Nota: Interfaz para celular de la creación de la página Web en Glide.

6.2.2. Elementos de Diseño

- **Página web:**

El diseño dentro de la página web se dará mediante referencias de páginas tecnológicas como Apple y Samsung. Dentro de su diseño se tendrá en cuenta la colorimetría, las pestañas de acceso y las tablas de comparación de los productos.

Figura 6.5. Interfaz de Apple



Nota: Interfaz de referencia, sección de comparación en Apple.

- **Chatbot:**

Este recurso más que un elemento de diseño, es un elemento que complementa y ayuda como herramienta a los usuarios que utilicen el producto de creación, con el fin de que los mismos encuentren de manera más fácil y sencilla las aplicaciones que necesiten utilizar.

6.2.3. Fuentes y ajustes de color

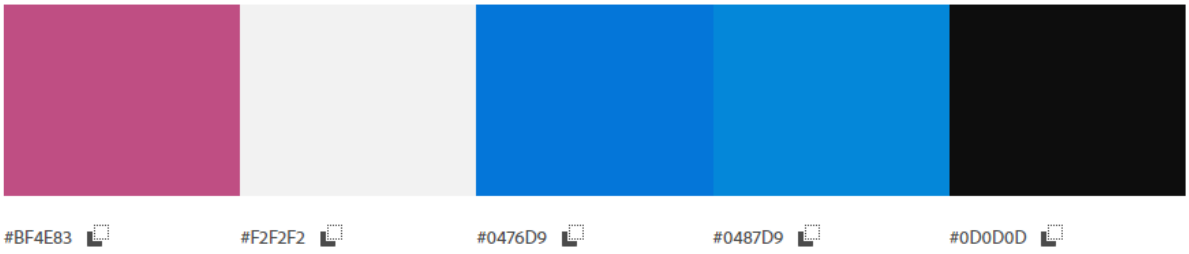
- **Fuentes:**

Dentro de las fuentes que nutren la página web se encuentran cada una de los acceso directos a las Apps (aplicaciones) y herramientas de Inteligencia Artificial, además de imágenes y/o videos que complementen la comprensión del modo de uso.

- **Ajustes de color:**

  La paltea de color dentro del producto web, son colores neutros y dos tonos de colores que contrastan el azul y el rosado. Esto con el fin de generar un aspecto tecnológico en el que prevalecen y resaltan estos tonos.

Figura 6.6. Paleta de colores



Nota: Paleta de colores para la creación de la página Web en Glide.

6.2.4. Divulgación

La divulgación de la página web se hace mediante los estudiante de la UD, el acceso a la página Web se hará mediante códigos QR que estarán distribuidos a lo largo de la Universidad, además de darle a conocer el producto mediante un correo electrónico con los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, asimismo a todos aquellos que ven de manera creativa asignaturas de creación audiovisual.

CONCLUSIONES

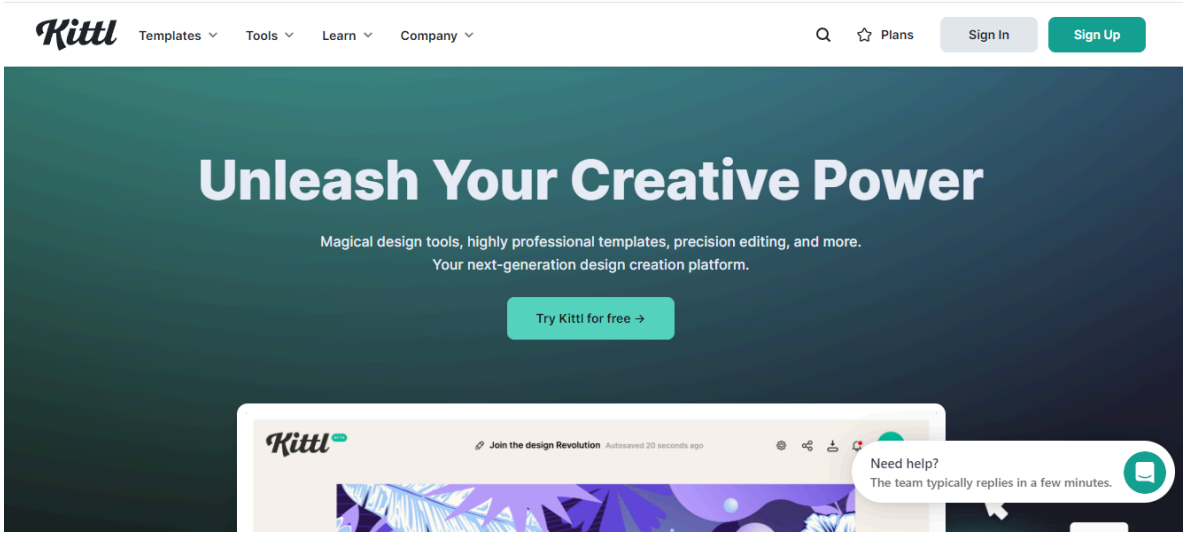
Al realizar este trabajo de Investigación-Creación con el fin de diseñar un producto web que ofrezca diferentes aplicaciones (app) de inteligencia artificial para los procesos de creación audiovisual como herramienta para los estudiantes de comunicación social y periodismo de la Universidad Distrital, me encontré con un diálogo constante donde una de las primeras preguntas para mi fue cuál es la relación de los periodistas con la Inteligencia artificial, que inherentemente es una realidad hoy en día, donde cada vez más impacta de alguna manera con la cotidianidad de las personas en general.

Es por eso que con distintos autores en la actualidad y desde la academia se ha visto la inmersión de la IA en las aulas de los estudiantes muchas veces como una alternativa y una nueva manera de desarrollo dentro de la academia, pero siempre hay con un temor latente y es el de el remplazo de las personas por la tecnología. Por lo tanto dentro de los grandes hallazgos de la investigación y entorno a la comunicación y la creación audiovisuales, está la diversidad de herramientas y aplicaciones (apps) para el desarrollo de trabajos de pre-producción, producción y postproducción, la perspectiva estudiantil y el desarrollo de nuevos espacios que brindan herramientas y apoyo en la cotidianidad de la creación audiovisual no solo en la academia, sino que también en el campo laboral.

La hipermediación como nos lo mecinca Scolari, desde el punto de vista en el que los espacios que se crean se conectan en entornos de intercambio, producción y consumo, nos

llevan a ver que la IA automatiza tareas y genera espacios en la labor del comunicador y periodista para más ideas creativas, que se puedan desarrollar con facilidad desde la expansión del conocimiento mediante las herramientas.

Figura 7.1. Interfaz Kittl



Nota: Interfaz principal de Kittl pagina de inteligencia artificial para la creación y generación de diseños.

Durante la investigación entre uno de tantos retos en la realización de este trabajo de investigación-creación, fue el encontrar cada una de las IA que hoy yo sugiero, en el producto Web para que los estudiantes de comunicación y todas aquellas personas que las necesiten puedan acceder de manera sencillas y producir de manera más rápida y eficiente los contenidos y productos audiovisuales.

La IA como lo he mencionado a lo largo de mi trabajo, es una automatización de las tareas que hoy el ser humano hace de manera manual. Es por eso que hoy la Inteligencia artificial es un factor importante como un pilar dentro de la revolución constante de la tecnología, de ahí para próximas investigaciones y la ampliación de la información acerca de mi trabajo se

realice acerca del impacto de la cotidianidad de la IA en adultos, otros espacios académicos e incluso en su uso diario.

Por último esta Investigación y con el diálogo de distintos autores que me acompañaron, pude visualizar distintas maneras de la relación de la IA con los estudiantes y la academia y el impacto de instaurar nuevos espacios y herramientas para contribuir al desarrollo tecnológico que día a día se mantiene en una evolución constante.

https://iapp-cump.glide.page/dl/17171d

REFERENCIAS

Anadol, R. (2022, 19 noviembre). *Unsupervised*. Moma. Recuperado 19 de noviembre de 2022, de https://www.moma.org/calendar/exhibitions/5535

Anadol, R. (2022, 19 noviembre). *Unsupervised*. Moma. Recuperado 19 de noviembre de 2022, de https://www.moma.org/calendar/exhibitions/5535

Duque Marquez, I. (2022, 22 julio). *Decreto 1263 de 2022*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Recuperado 16 de noviembre de 27d. C., de https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-238232_recurso_3.pdf

Florez, P. (2023, agosto). *El deber de la información para el uso reponsable de la inteligencia artificial en Colombia y se dictan otras disposiciones*. Senado de la Republica. Recuperado 15 de noviembre de 2023, de https://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos%20de%20ley/2023%20-%202024/PL%20091-23%20Inteligencia%20Artificial.pdf

Giraldo-Luque, S., Tejedor, S., Portalés-Oliva, M., & Carniel-Bugs, R. (2020). Competencias transmedia en estudiantes de Periodismo: producción y edición de

contenidos informativos multimedia. *Revista ICONO14*, *18*(2), 84–110. https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1445

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

Haan, K. (2023, 25 abril). 24 Top AI Statistics and Trends in 2023. *Forbes Advisor*. https://www.forbes.com/advisor/business/ai-statistics/#sources_section

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.).

Jenkins, H. (2006). *La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf

Lopezosa, C., Codina, L., Pont-Sorribes, C., & Vállez, M. (2023). Uso de la inteligencia artificial generativa en la formación de los periodistas: desafíos, usos y propuesta formativa. *Profesional de la información*, *32*(4). http://eprints.rclis.org/44547/

Lorente, O., & Alberto, P. (2021). *When I m No Longer Here. Ensayo audiovisual sobre las posibilidades de la humanización en la inteligencia artificial*. 174937. https://riunet.upv.es/handle/10251/174937

Montero, F. (2023, 5 mayo). *La inteligencia artificial revoluciona el mundo audiovisual: oportunidades, desafíos y perspectivas*. Topcomunicacion. https://www.topcomunicacion.com/inteligencia-artificial-revoluciona-mundo-audiovisual/

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación* (1.ª ed.). Culrura Libre. https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall__Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf

Scolari, C. A. (2017, 17 septiembre). *Definiendo las hipermediaciones*. Hipermediaciones. https://hipermediaciones.com/2008/11/02/definiendo-las-hipermediaciones/

Semana, R. (2024, 12 febrero). Más Inteligencia Artificial y Machine Learning: así enfrentan hoy las empresas a la ciberdelincuencia. *Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo*. https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/mas-inteligencia-artificial-y-machine-learning-asi-enfrentan-hoy-las-empresas-a-la-ciberdelincuencia/202400/

Otero González, I. (2022). Los cimientos de la Inteligencia Artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados. *Redmarka Revista de Marketing Aplicado*, *26*(1), 15–35. https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.1.9056

Peña-Fernández, S., Meso-Ayerdi, K., Larrondo-Ureta, A., & Díaz-Noci, J. (2023). Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media. *El profesional de la información*. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27

Tejedor, S. (2022). Investigar sobre inteligencia artificial y newsgames en el periodismo: Estudio de caso de tres proyectos. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, *9*(Monográfico), 1–8. https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3749

Häbermas, J. (1992). Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social: Vol. I. https://pics.unison.mx/doctorado/wp-content/uploads/2020/05/Teoria-de_la_accion_comunicativa-Habermas-Jurgen.pdf (Obra original publicada 1981).

Wiener, N (1958). Cibercultura y Sociedad. Editorial Sudamericana https://monoskop.org/images/5/59/Wiener_Norbert_Cibernetica_y_sociedad_1958.pdf

(S/f-a). Unirioja.es. Recuperado el 25 de septiembre de 2023, de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7282762

(S/f-b). Uniminuto.edu. Recuperado el 25 de septiembre de 2023, de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/17870/1/T.C_BerrioCarlos_PerillaElizabeth_CadavidDavid_2023.pd

Afp. (2024, 16 febrero). OpenAI presenta Sora, un generador de videos revolucionario que sorprende al mundo | El Colombiano. *www.elcolombiano.com*. https://www.elcolombiano.com/tecnologia/openai-presenta-sora-generador-de-videos-con-inteligencia-artificial-LC23748047