

Informe

Análisis de las Políticas de uso de la Inteligencia Artificial Generativa (PUIAG) en organizaciones integrantes de LatamChequea

Autora: Mg. Flavia Pauwels

Profesora UBA.

Especialista en derechos de las audiencias



Financiado por
la Unión Europea

jun
20
26

Créditos

Este documento realizado dentro del grupo de trabajo de LatamChequea Innovación forma parte del proyecto “Promover la información confiable y luchar contra la desinformación en América Latina”, coordinado por Chequeado y financiado por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la autora y de LatamChequea, y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea.

LatamChequea es una red de chequeadores de toda Latinoamérica, Estados Unidos, España y Portugal. Comenzó en 2014 como una reunión presencial y actualmente reúne a 47 organizaciones de 21 países. El objetivo de esta red es compartir experiencias y herramientas que contribuyan a mejorar la calidad del debate público y fomentar procesos de colaboración entre diversos medios de la región para aumentar el impacto del fact checking y la lucha contra la desinformación en la región.

LatamChequea Innovación es el grupo de trabajo sobre innovación, tecnología e inteligencia artificial de la red. Busca fortalecer las capacidades tecnológicas de los verificadores de la región a través del intercambio de aprendizajes, la experimentación y la colaboración entre organizaciones miembro y otros actores clave.

Autora: Mg. Flavia Pauwels. Profesora UBA. Especialista en derechos de las audiencias.

Revisión: Dolores Pujol. Directora de Innovación y Producto de Chequeado.

Diseño: Matías Severo.

Índice

1. Introducción	4	Ir para a página
a. Lo que reclaman las audiencias sobre la IAG	5	Ir para a página
b. Políticas de uso de la IAG en organizaciones de fact checking	6	Ir para a página
2. Marco teórico	9	Ir para a página
a. Protocolos públicos aún escasos	11	Ir para a página
b. La autorregulación sobre la IAG en estudios internacionales	15	Ir para a página
3. Metodología	19	Ir para a página
4. Análisis	20	Ir para a página
Primera Etapa: relevamiento	20	Ir para a página
a. Casos principales y secundarios	20	Ir para a página
b. Denominación del protocolo sobre IAG	25	Ir para a página
c. Visibilidad de las PUIAG en sitios web/secciones	26	Ir para a página
Segunda Etapa: categorías y definiciones	27	Ir para a página
d. Análisis de contenido de las categorías estructurales	30	Ir para a página
e. Definición y objetivos	30	Ir para a página
f. Proceso de elaboración	31	Ir para a página
g. Alcance, Mandato y Responsable de aplicación	33	Ir para a página
h. Actualización y Capacitación	36	Ir para a página
i. Análisis de contenido de las categorías de fondo	38	Ir para a página
j. Concepción de la IAG y vínculo con el trabajo humano	38	Ir para a página
k. Rol humano	39	Ir para a página
l. Peligros en el uso de la IAG	41	Ir para a página
m. Derechos protegidos	42	Ir para a página
n. Funciones autorizadas con uso de la IAG	44	Ir para a página
o. Advertencias de uso de la IAG	48	Ir para a página
p. Correcciones de contenido producido con IAG	49	Ir para a página
q. Evaluación interna y externa de la PUIAG	51	Ir para a página
5. Síntesis de los hallazgos (resumen ejecutivo)	52	Ir para a página
a. Primera Etapa (relevamiento)	52	Ir para a página
b. Segunda Etapa (análisis de contenido)	52	Ir para a página
6. Cierre y recomendaciones	55	Ir para a página
7. Bibliografía	58	Ir para a página

Introducción

Aunque aún en forma aislada, empiezan a llegar a las redacciones quejas u observaciones de las audiencias por el uso de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG). Se observa en particular en las columnas o programas de aquellos diarios o emisoras de radio y TV que cuentan con instancias de mediación formales como las Defensorías de Audiencias u Ombudsman. También en medios digitales y organizaciones de fact checking que ofrecen a través de sus “políticas de correcciones” una vía clara de contacto para cuestionar el contenido publicado.

No se trata solo de lanzar críticas al ciberespacio a través de las redes sociales esperando sumar *likes* o generar polémica, como sucedió en Argentina, por ejemplo, con un “descuido” del centenario diario *La Nación*. La nota en cuestión, que se volvió tendencia en la red social X, contenía como último párrafo indicaciones de ChatGPT sobre cómo continuar el texto (2025, 26 de mayo)¹. Los cuestionamientos en la red se acumularon. Uno de los usuarios preguntó por los “correctores de estilo o editores”, también sobre la falta de “juicio crítico”. “Ya sin ganas de leer”, expresó como lamento. Otra usuaria, fue terminante: “todo está hecho por GPT. Ya no existe la realidad”.

En cambio, cuando se recurre directamente al medio con el reclamo se espera algo más: una especie de “rendición de cuentas” en la que la explicación de los procedimientos resulta fundamental. Es por ello que contar con mecanismos de autorregulación públicos, que aborden específicamente el uso de la IAG, funciona como un respaldo. Hacia el interior del medio, un código de ética actualizado

¹ [@porqueTTarg]. (2025, 26 de mayo). Porque en La Nación se olvidaron de editar una recomendación que les hizo ChatGPT al escribirles la nota. [Tweet]. X. Disponible en [este enlace](#).

o un documento más breve sobre los principales dilemas, formaliza pautas de trabajo. Son reglas compartidas que aportan un marco de referencia sobre los límites. Hacia el exterior, funcionan como compromiso de calidad y transparencia y, a la vez, como mecanismos formales para que el público participe.

Lo que reclaman las audiencias sobre la IAG

Algunos ejemplos ilustran la cuestión. En España, David García envía su queja al diario *El País* por, lo que supone, es el uso de la IAG en la ilustración que acompaña un artículo de opinión. Pregunta si “*El País* lo sabía” y “por qué no se incluyó una atribución de responsabilidad en el pie de la imagen”. También, si tal situación “es excepcional” o si el diario es de aquellas “empresas” que “dejan el arte en manos de máquinas”. La Defensora del Lector, Soledad Alcaide², le pide explicaciones al ilustrador, que niega haber recurrido a tal ayuda. También cita la opinión del director de arte y anuncia que el diario cuenta con un “protocolo de uso de esta tecnología” que se ha incorporado como “anexo” al “libro de estilo” para “evitar la manipulación informativa” (2025, 19 de enero). Además de dedicarle una columna al tema, Alcaide retoma la cuestión en un podcast³ donde reconoce que el diario no había hecho público tal protocolo, con lo cual los lectores no podían saber “cuándo se puede utilizar y cuándo no” (2025, 26 de diciembre).

En Brasil, el diario *Folha de San Pablo* enfrenta una queja similar. Esta vez un “suscriptor” le escribe a la Ombudsman, Alexandra Moraes⁴, objetando el texto firmado por una “columnista” porque “proviene de inteligencia artificial”. Moraes consulta a la autora, quien no solo admite claramente el uso de la IAG sino que además detalla cómo lo hace: “defino el contenido, doy las instrucciones por voz

² Alcaide, S. (2025, 19 de enero). El uso de la Inteligencia Artificial en El País. El País. Disponible en [este enlace](#).

³ Alcaide, S. (2025, 26 de diciembre). La defensora del lector responde a las dudas y críticas más frecuentes de los lectores y oyentes de El País en 2025. El País. Disponible en [este enlace](#).

⁴ Moraes, A. (2026, 8 de febrero). Androides sonham com leitores de carne e osso. Folha de San Pablo. Disponible en [este enlace](#).

y la tecnología apenas estructura el texto para optimizar mi tiempo, sin interferir en ninguna línea sobre lo que pienso o afirmo”. La Ombudsman cita el “Manual de Redacción” de *Folha*, que incorporó un capítulo sobre IAG en marzo de 2024, y considera “un error no indicar con claridad” el uso de tal tecnología (2026, 8 de febrero).

En radio y televisión, también se producen reclamos. Gabriela Olarte, una oyente de *Radio Blu* en Colombia, se queja ante la Defensora del Televidente del grupo *Caracol*, Amparo Pérez⁵. La motiva un aviso institucional del medio en el cual se recurre a un periodista creado por IAG para hablar del reciclaje de residuos. “Es contradictorio que se use la IAG para hablar de medio ambiente”, señala Olarte. Desafía a la radio a informar “sobre el uso responsable” de tal tecnología por su impacto en recursos como el agua (2025, 16 de agosto). En *Televisión Española* (TVE) y *Radio Nacional España* (RNE), en tanto, también surgen objeciones de las audiencias por el uso de imágenes ilustrativas hechas con IAG en programas de entretenimiento o de voces sintéticas generadas por la misma tecnología que se usan en reemplazo de locutores o actores de doblajes profesionales. En el programa de la Defensora de la Audiencia, Beatriz Ariño⁶, se analizan los casos con editores de esos medios públicos. Se señala la existencia de “directrices generales” que serán complementadas por un “manual de uso de la IAG para los servicios informativos” (2026, 29 de marzo).

Políticas de uso de la IAG en organizaciones de fact checking

En las organizaciones de fact checking, las políticas de transparencia suelen ser más detalladas que en los medios de comunicación tradicionales e incluyen declaraciones sobre: estructura organizacional y legal, fuentes de financiación,

⁵ Pérez, A. (Defensora). (2025, 16 de agosto). Doble vía [Programa de televisión]. Canal Caracol. Disponible en [este enlace](#).

⁶ Ariño, B. (Defensora). (2026, 29 de mayo). RTVE Responde [Programa de televisión]. RTVE. Disponible en [este enlace](#).

metodología utilizada con el fin de garantizar imparcialidad y equidad, vías de comunicación para recibir observaciones de las audiencias y mecanismos para la corrección y actualización de contenidos. En el último tiempo algunas de ellas también han sumado lineamientos públicos sobre el uso de la IAG, tal como muestran en sus sitios web algunas de las integrantes de la red LatamChequea.

Como se verá a continuación, la autorregulación frente a la IAG es recomendada tanto desde organismos supranacionales como desde la producción académica y las propias asociaciones de editores o periodistas. Sin embargo, son aún una minoría de medios los que en América Latina han avanzado en tal sentido. Es por ello que se considera pertinente analizar aquellas iniciativas de “Políticas de uso de la Inteligencia Artificial Generativa” que se han formalizado dentro de la red LatamChequea, la cual incluye a unidades de fact checking de medios de comunicación, organizaciones sociales vinculadas al periodismo y alianzas o consorcios de medios.

La presente investigación tiene como objetivo general contribuir al conocimiento sobre las Políticas de Uso de la Inteligencia Artificial Generativa (PUIAG) que adoptan las organizaciones que integran LatamChequea. Contar con un panorama actualizado sobre tal mecanismo de autorregulación puede promover el intercambio de experiencias, prácticas y metodologías entre los miembros de la red. También puede constituir un aporte a debates y propuestas que sobre este tema se desarrollan en la región.

Los siguientes objetivos específicos precisan el alcance de la investigación:

- a. Determinar en qué medida las organizaciones miembros de LatamChequea han adoptado PUIAG y qué tiempo de implementación llevan tales iniciativas.

- b. Establecer relaciones entre las PUIAG y otros mecanismos de autorregulación adoptados por las organizaciones de LatamChequea en forma previa, tales como normas éticas, metodología, correcciones y participación de las audiencias.
- c. Establecer cuáles han sido las organizaciones pioneras en cada país en cuanto a la adopción de la PUIAG, indagando motivaciones, fuentes, proceso de elaboración, directrices establecidas, puesta en práctica, accesibilidad para las audiencias y repercusión interna (equipo) y externa (audiencias).
- d. Sistematizar y comparar las directrices contenidas en las distintas PUIAG identificando consensos (normativas comunes) y diferencias (normativas específicas).

02 Marco teórico

En 2021 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)⁷ emitió una “Recomendación sobre la ética de la Inteligencia Artificial” dirigida, en primer lugar, a los Estados como marco de referencia para el desarrollo de políticas públicas. También aportó “orientaciones éticas” para “otras partes interesadas”, entre las cuales incluyó a los medios de comunicación. Como fundamento se señaló el impacto que tienen “las tecnologías de la IA” en el “acceso a la información, la desinformación (y) la libertad de expresión” y se mencionó como ejemplos el “periodismo automatizado y el suministro algorítmico de noticias”.

El documento de UNESCO enunció “principios” básicos frente a la IA entre los que se incluyó la supervisión humana, la protección de datos, la educación, la transparencia en el uso y la rendición de cuentas. Sobre la última, instó a elaborar “mecanismos adecuados de supervisión, evaluación de impacto y auditoría” y en cuanto a la “capacitación en materia de ética de la IA” mencionó a los medios de comunicación como uno de los actores que deberían promover tal alfabetización.

La propuesta de UNESCO fue retomada por Natalia Zuazo⁸ (2023) quien analizó específicamente el uso de la IAG en las redacciones de América Latina. Allí señala que los “manuales de estilo” que “marcan el estándar de producción periodística de cada medio” son desafiados por los “nuevos interrogantes” que genera la inteligencia artificial. “Se reaviva el debate”, sostiene la autora, sobre “las buenas

⁷ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial. Disponible en [este enlace](#).

⁸ Zuazo, N. (2023). Periodismo e inteligencia artificial en América Latina. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. UNESCO. Disponible en [este enlace](#).

y las malas prácticas dentro del oficio”. Por esta razón sugiere que el “uso de nuevas herramientas automatizadas” en los medios sean evaluadas “acorde a principios éticos y de derechos humanos”.

Desde la perspectiva de Javier Cavanna⁹ (2025), en un contexto de desinformación, los medios deben “elevar sus estándares de transparencia y rendición de cuentas”. Además, advierte que las directrices editoriales sobre contenido, las políticas de uso responsable de la IA y las normas de etiquetado claro deben ser publicadas en los sitios web de los medios para que “puedan ser contrastadas por cualquiera”.

Similares indicaciones se realizan desde el Instituto Poynter¹⁰ (Mahadevan, et al., 2024) dado que se insta a “desarrollar e implementar directrices éticas para el uso de la IA en el periodismo”. Se sugieren “revisiones periódicas” de los lineamientos, la designación de un “responsable de supervisar los procesos”, políticas de corrección y programas educativos. También se subraya la importancia de “mantener canales de comunicación abiertos con las audiencias sobre las prácticas con IA”.

La comunicación clara de las iniciativas de autorregulación también aparece como una cuestión clave en otras investigaciones como las desarrolladas por Reuters Institute¹¹ (Simon et al., 2025) y Local Media Association¹² (2025, p. 11). En la primera se advierte que “dado que el público ve con bastante cautela el uso de la IA en las noticias” resulta fundamental que los medios “comuniquen cla-

⁹ Cavanna, J. (2025). Indicadores para producir información confiable. En: Guía sobre desinformación (pp. 24-25) Fundación Gabo. Disponible en [este enlace](#).

¹⁰ Mahadevan, A., McBride, K., Elkins, T., Orsi, J. y Allen, B. (2024). Poynter Summit on AI, Ethics & Journalism: Putting audience and ethics first. Poynter. Disponible en [este enlace](#).

¹¹ Simon, F., Nielsen, R., Fletcher, R. (2025). Generative AI and news report 2025: How people think about AI's role in journalism and society. Reuters Institute. Disponible en [este enlace](#).

¹² Local Media Association, Local Media Foundation y Trusting News. (2025). News consumers cautious and unsure about AI use in news. Disponible en [este enlace](#).

ramente sus políticas al respecto”. En la segunda se considera que “contar con una política explícita ayudaría a reforzar la confianza en el medio” aunque fuera un documento “sencillo y limitado a unas pocas condiciones”.

Como también se señala desde Associated Press¹³ (Diakopoulos, et al.,2024) las “directrices por sí solas no son suficientes y deben implementarse eficazmente en los procesos y rutinas de trabajo para establecer prácticas de uso responsable”.

Protocolos públicos: aún escasos

Más allá de las indicaciones de los organismos e investigadores, la autorregulación frente a la Inteligencia Artificial en los medios avanza a paso lento. No es extraño si se recorre la historia de las declaraciones de principios, los códigos de ética, los manuales de estilo o las recomendaciones para la cobertura de temas sensibles. Los primeros documentos de este tipo se escribieron en los siglos XVII y XVIII pero recién se hicieron más frecuentes después de la Segunda Guerra Mundial (Ocampo Ponce, 2002, p. 264)¹⁴. Sin embargo, siempre han sido una minoría de medios los que, sin estar obligados por ley¹⁵, hacen públicos sus procedimientos y abren canales formales para reclamos por parte de las audiencias (Herrán y Restrepo, 1991, p. 259)¹⁶.

En América Latina, las principales compañías de medios de Brasil se destacan por haber hecho públicos sus lineamientos sobre IAG. Tal dato es citado en el

¹³ Diakopoulos, N., Cools, H., Li, C., Helberger, N., Kung, E., Rinehar, A. (2024). Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem. Associated Press. Disponible en [este enlace](#).

¹⁴ Ocampo Ponce, M. (2002). Los códigos deontológicos. Historia, necesidad, realizaciones y límites. En Agejas, J. y Serrano Ojeda, F. (Eds.): Ética de la Comunicación y de la Información. Barcelona. Ariel.

¹⁵ Hay países donde las leyes sobre medios audiovisuales establecen la obligatoriedad de contar con tales lineamientos. En Perú, la Ley 28278 indica que cada titular de servicio de radiodifusión tiene que aprobar su Código de Ética y ponerlo en conocimiento del público en su programación. En México, se estableció en los “Lineamientos Generales para garantizar los derechos de las audiencias” que los “Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y Audio Restringidos deberán expedir Códigos de Ética” (IFT, 2025). En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009) solo estableció tal obligación para el grupo de emisoras públicas que integran Radio y Televisión Argentina (RTA).

¹⁶ Herrán, M. y Restrepo, J. (1991). Ética para periodistas. Bogotá. Tercer Mundo Editores.

panorama de países del Digital News Report¹⁷, donde se menciona a los grupos *Estado (Estado)* y *Globo*¹⁸ (Carro, 2025). El primero publicó en noviembre de 2023 su “Política de uso de herramientas de Inteligencia Artificial” y el segundo en junio de 2024 sus “Principios Editoriales para el uso de la Inteligencia Artificial en el Periodismo”. *Folha de San Pablo* lo había hecho unos meses antes, en marzo de 2024, incorporando a su Manual de Redacción el capítulo “Inteligencia Artificial”.

En Argentina, la situación es diferente. De acuerdo al relevamiento realizado por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas¹⁹ (ADEPA), “la mayoría de los medios todavía no desarrollaron políticas de transparencia de uso de IA de cara a las audiencias. O es un pendiente o está en proceso”. También se admite en ese informe que “no existen mecanismos sistemáticos para recibir retroalimentación” de las audiencias “sobre el uso de estas tecnologías” (2025, p. 37). Otra investigación realizada por la cátedra Políticas de la Convergencia de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires²⁰ coincide con tal panorama. En una encuesta respondida por 107 periodistas de medios gráficos y digitales, el “77,5% sostuvo que la empresa no desarrolló políticas de uso” y el 18,6% aseguró que tales protocolos “se limitaron a recomendaciones” (Becerra et al., 2024, p. 20).

En otros casos si bien se admite tener tales lineamientos, no se hacen públicos, como en el diario *La Nación*, también de Argentina. Su prosecretario de Audiencias, Javier Saúl, reconoció que cuentan con “una guía interna de buenas prácti-

¹⁷ Carro, R. (2025). Brasil. En: Digital News Report. Reuters Institute. Disponible en [este enlace](#).

¹⁸ Globo (2024). O uso de inteligência artificial no jornalismo. Grupo Globo. Disponible en [este enlace](#).

¹⁹ Asociación de Entidades Periodísticas Argentina (2025). La IA reconfigura el ecosistema informativo argentino. Disponible en [este enlace](#).

²⁰ Becerra, M., Ibarreche, X., De Toma, S. y Martínez, C. (2024). Usos del ChatGPT en la prensa escrita de Argentina: resultados preliminares sobre frecuencia, productividad y desafíos para la tarea periodística. Cátedra Políticas Políticas de la Convergencia. Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Disponible en [este enlace](#).

cas”²¹ (Punto Convergente, 2025). Sobre el uso de la IAG, señaló que “siempre hay edición humana” y advertencia de la utilización de tal tecnología.

En otros países de América Latina se observa el mismo panorama. Son pocos los pioneros. El resto, se divide entre quienes están realizando debates para formalizar algún tipo de protocolo y los que aún no comenzaron.

El diario *El Tiempo*, de Colombia²², cuenta con un “manual de uso ético y responsable” de la IAG con el objetivo de demostrar compromiso con la “calidad y la veracidad de la información”. En una nota donde anuncia dos nuevos servicios con esa tecnología (“Lector en voz alta” y “Resúmenes inteligentes”), se afirma que desde “desde marzo de 2023” han comenzado a “explorar los beneficios del uso responsable y transparente”. Se aclara que “los contenidos con apoyo de IA son revisados minuciosamente por periodistas” y están “claramente marcados” (Cortés Mejía, 2024). También en Colombia, *Canal Caracol* tiene un documento titulado “Principios de Inteligencia Artificial Responsable” donde se enuncian, entre otros lineamientos, la supervisión humana, la transparencia frente al uso de la tecnología y el respeto de los derechos de autor. También se capacita a los empleados sobre el tema en su plataforma de e-learning, según aclara Amparo Pérez al ser consultada para esta investigación (2026, 10 de abril)

En el webinar que realizó Knight Center titulado “Cómo la IA está cambiando el periodismo”²³ (2026, 26 de marzo) se contó con testimonios de periodistas de Perú, Cuba y Uruguay, que abordaron la cuestión. La representante del grupo *El Comercio*, Gisella Salmón Salazar, indicó que “se ha hecho una guía de políticas”

²¹ Punto Convergente (2025, 17 de noviembre). Ética y medios: ¿las audiencias deben saber si se usa IA en las noticias? Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica Argentina. Disponible en [este enlace](#).

²² Cortez Mejía, N. (2024, 29 de mayo). El Tiempo presenta dos nuevos servicios basados en inteligencia artificial. El Tiempo. Disponible en [este enlace](#).

²³ Knight Center (2026, 8 de abril). Desde la Redacción: cómo la IA está cambiando el periodismo [Video]. YouTube. Disponible en [este enlace](#).

para el uso de la IA pero que aún solo circula “de manera interna”, aunque asegura que “pronto” va a publicarse en el sitio web “para que el público lo pueda conocer”. Por su parte, José Jasán Nieves, de *El Toque*, también señaló que se está revisando la “política” para “finalmente publicarla”. Destacó que la elaboración del protocolo fue un “ejercicio colectivo” que surgió después de un proceso de “formación” del equipo de fact checking que lidera. En cambio, Federica Ham, del *Grupo Búsqueda*, admite que aún no tienen una “política establecida” con lo cual “tampoco está disponible para los lectores”. Sin embargo, considera necesaria su redacción en “base a un consenso”.

Desde Bolivia, también se señala como tarea pendiente la redacción de este tipo de lineamientos. Según Nelva Cecilia Banegas Flores²⁴ (2025), de la Universidad Mayor de San Simón, se trata de uno de los “desafíos” que tienen los medios de su país frente a la IAG: elaborar “un protocolo o marco de acción para garantizar la rigurosidad en el proceso de elaboración de contenidos”.

Más allá de América Latina, las políticas sobre el uso de la IAG ya forman parte de los códigos de ética de varios medios en Estados Unidos y Europa. Así lo indica Margo Smit, la presidenta de la Organization of News Ombuds and Standards Editors (ONO), al ser consultada para esta investigación: “hay muchos medios en Europa que cuentan con estándares sobre IA. Casi todas las grandes cadenas de periódicos y las emisoras públicas y comerciales ya los tienen”. Ejemplifica con el caso de los Países Bajos, donde reside. Allí cuentan con lineamientos: “la agencia nacional de prensa *ANP*, el sistema público de radiodifusión neerlandés *NPO* y la emisora comercial *RTL*. También las grandes editoriales, *Mediahuis* y *DPG*, a la que pertenecen casi todos los diarios regionales” (2026, 22 de abril).

²⁴ Banegas Flores, N. (2025). Bolivia: entusiasmo y escepticismo ante la IA. En: Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica. Experiencias editoriales en medios de comunicación. Data Factory. Disponible en [este enlace](#).

Otro dato al respecto lo aporta la investigación desarrollada por Gerard Holubowicz²⁵ (2023) donde se mencionan 43 medios europeos y 10 de Estados Unidos con “cartas éticas de IA”. Sin embargo, el panorama varía de acuerdo a los países analizados. Según una encuesta publicada por The Associated Press con periodistas que trabajan mayoritariamente en el hemisferio norte, solo el 42,3% afirmó que sus medios cuentan con “sus propias directrices” sobre IAG (Diakopoulos, 2024, p. 24). Como ejemplos de tales protocolos se destacan, entre otros, los publicados por: *The Associated Press*²⁶, *The New York Times*²⁷, *The Washington Post*²⁸, *NPR*²⁹, *Wired*³⁰, *The Guardian*³¹, *Reuters*³², *BBC*³³, *Le Monde*³⁴, *NPO*³⁵, *La Vanguardia*³⁶ y *eldiario.es*³⁷.

La autorregulación sobre la IAG en estudios internacionales

Los lineamientos, protocolos o políticas de uso sobre la IAG en medios de comunicación han sido estudiados en investigaciones nacionales e internacionales, desde dos enfoques principales:

- El primero, cuantifica su existencia, con el objetivo de determinar qué medios han implementado tal autorregulación. Generalmente este enfoque surge de encuestas con periodistas o editores a quienes se consulta sobre el impacto de la IAG en el trabajo y, entre otras variables, sobre la existencia de reglas formales de uso implementadas por parte de las empresas u organizaciones de medios.

²⁵ Holubowicz, G. (2023). Chartes éthiques de l'IA dans les Rédactions. Disponible en [este enlace](#).

²⁶ The Associated Press (2023). Standards around generative AI. Disponible en [este enlace](#).

²⁷ The New York Times (2024). Principles for using generative AI in The Times's Newsroom. Disponible en [este enlace](#).

²⁸ The Washington Post (2025). AI Police. Disponible en [este enlace](#).

²⁹ National Public Radio (s.f.). Special Section: Generative Artificial Intelligence. Disponible en [este enlace](#).

³⁰ Wired (2023). How Wired will use Generative AI tools. Disponible en [este enlace](#).

³¹ The Guardian (2026). The Guardian's approach to generative AI. Disponible en [este enlace](#).

³² Reuters (s. f.). Reuters and AI. Disponible en [este enlace](#).

³³ BBC (2025). Guidance: The use of Artificial Intelligence. Disponible en [este enlace](#).

³⁴ Le Monde (2024). Le Monde adopte une charte sur l'intelligence artificielle. Disponible en [este enlace](#).

³⁵ NPO (s.f.). AI in the media. Disponible en [este enlace](#).

³⁶ Canyissa, J. (2026, 22 de febrero). Cómo se utiliza la inteligencia artificial. La Vanguardia. Disponible en [este enlace](#).

³⁷ elDiario.es (2025). elDiario.es presenta sus principios sobre Inteligencia Artificial. Disponible en [este enlace](#).

- El segundo, se concentra en identificar los permisos y limitaciones que se incluyen en tales lineamientos, proponiendo un análisis comparativo de diversos protocolos o políticas de uso, mediante el análisis de contenido. Se busca identificar consensos o detectar particularidades propias por región o tipo de medio.

Como puede observarse, en una revisión de los estudios internacionales disponibles, con alguno de los abordajes mencionados, la presencia de países de América Latina es aún escasa.

Por ejemplo, en la encuesta publicada por Thompson Reuters Foundation con periodistas de 76 países del “Sur Global” (categoría utilizada para agrupar países emergentes o en vías de desarrollo), Radcliffe³⁸ (2025, p. 55) analizó 221 respuestas. Solo el 13% de los participantes afirmó contar en su lugar de trabajo con un “política oficial sobre IA”. Brasil, México y Guatemala son los únicos países de América Latina mencionados dentro de la muestra estudiada. En las recomendaciones finales, la investigación sugiere a los editores “establecer políticas de IA claras” y “promover una cultura de la alfabetización”, tanto dirigida a los periodistas como al público. En el plano del análisis del tema se recomienda “financiar proyectos piloto e investigaciones específicas para el periodismo en el Sur Global” y “diseñar plataformas o foros para compartir más fácilmente mejores prácticas o estudios de caso”.

El abordaje desde el análisis de contenido, en investigaciones internacionales, también refleja una escasa presencia de América Latina. Por ejemplo, el estudio de Sánchez García³⁹ et al. (2025) analiza 45 documentos de autorregulación en

³⁸ Radcliffe, D. (2025). Journalism in the AI Era: Opportunities and Challenges in the Global South. Thompson Reuters Foundation. Disponible en [este enlace](#).

³⁹ Sánchez García, P., Díez Gracia, A., Mayorga, I. R., & Jerónimo, P. (2025). Media Self-Regulation in the Use of AI: Limitation of Multimodal Generative Content and Ethical Commitments to Transparency and Verification. Journalism and Media, 6, Article 1. Disponible en [este enlace](#).

medios sobre la IA, solo tres casos corresponden a la región. Las autoras advierten acerca de la dificultad de generar una muestra representativa para el análisis y sobre la ausencia de trabajos previos con el mismo enfoque. Sugieren en las conclusiones que “las futuras investigaciones se completen ampliando la muestra”, que se “añadan manuales internos” de los medios y que se complementen los resultados con “entrevistas a directivos y editores” sobre la autorregulación en el uso de la IA.

El estudio de Becker⁴⁰ et al. (2025), si bien pretendió generar una muestra más amplia contactando a 207 medios en el mundo, finalmente solo pudo ser realizado sobre 52 casos de políticas de uso de IA. Las dificultades que especifica son significativas: 127 medios no respondieron al contacto de los investigadores, 7 indicaron que sus políticas estaban en desarrollo pero que no las harían públicas y 11 que no contaban con tales protocolos. En la muestra final, solo un caso de Brasil resultó incluido. En las recomendaciones se sugiere profundizar en “qué tipo de organizaciones elaboran directrices de IA tanto internas como públicas, por qué motivo y en qué se diferencian”. Además, considera relevante enfocarse en “cómo se implementan tales directrices y cuán efectivas son para lograr una IA más responsable”.

La técnica del análisis de contenido también había sido usada por Cools⁴¹ et al. (2023) sobre políticas de uso de la IA. En esa oportunidad, 21 medios fueron analizados, priorizando Europa y Norteamérica. Asia y América Latina solo estuvieron representadas por un caso, cada una.

Esta subrepresentación de algunas regiones en los estudios es advertida por

⁴⁰ Becker, K. B., Simon, F. M., & Crum, C. (2025). Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations. Digital Journalism. Disponible en [este enlace](#).

⁴¹ Cools, H., & Diakopoulos, N. (2023). 'Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that'. Nieman Lab. Disponible en [este enlace](#).

Godson⁴² (2025). Su relevamiento señala que “se necesitan más investigación” sobre las políticas que aplican las salas de redacción “fuera de la Unión Europea” y que resulta “importante examinar cómo se están implementando las directrices sobre IA” y “quiénes participan en la creación de tales políticas dentro de las redacciones” de los medios.

En resumen, el estado de la cuestión muestra la necesidad de impulsar investigaciones que identifiquen las particularidades de América Latina. El presente artículo busca analizar los aportes que, hasta el momento, han realizado en tal sentido las organizaciones integrantes de LatamChequea. A la vez, pretende ser un insumo para un debate más amplio, en medios de comunicación, sindicatos o asociaciones profesionales del sector, sobre la autorregulación frente a la IAG.

Esta propuesta encuentra fundamento, asimismo, en la Declaración Conjunta de las Relatorías Especiales para la Libertad de Expresión de organismos supranacionales⁴³ (2025) y en las Recomendaciones de la Federación Internacional de Periodistas⁴⁴ (2025). La primera, cuando insta a “periodistas y actores de los medios de comunicación y prensa” a colaborar en el desarrollo de “directrices y normas para el despliegue responsable de los sistemas de IA en el periodismo”. Las segundas, cuando advierten que “los resultados de la IA generativa están sesgados por el material con que se entrenan” por lo cual “las plataformas de noticias deben adoptar métodos sistemáticos para garantizar que estos sesgos no se reflejen” en los artículos publicados.

⁴² Goodson, K., Barchas-Lichtenstein, J., Jens, S., Wright, E., & Gandhi, U. (2025). Journalism's New Frontier: An Analysis of Global AI Policy Proposals and Their Impacts on Journalism. Center for News, Technology & Innovation. Disponible en [este enlace](#).

⁴³ Relatoría Especial de las Naciones Unidas para la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión. (2025). Declaración conjunta sobre la IA, la libertad de expresión y la libertad de los medios de comunicación. Organización de las Naciones Unidas. Disponible en [este enlace](#).

⁴⁴ Federación Internacional de Periodistas (2025). Recomendaciones sobre el uso de la Inteligencia Artificial. Disponible en [este enlace](#).

03 Metodología

Dado el fundamento teórico y los objetivos anteriormente expuestos se abordó el estudio de las Políticas de Uso de la Inteligencia Artificial Generativa en organizaciones integrantes de LatamChequea en dos etapas:

1. **Primera:** se analizaron los sitios web de las organizaciones miembros de la red con el objetivo de determinar la cantidad de casos positivos de publicación de las PUIAG, la accesibilidad a tales normativas y su relación con el ideario institucional que comparten y que se expresa en su “sistema de gobernanza”⁴⁵ (“fomentar la circulación de información confiable” a través de “métodos de verificación y de corrección públicos”).
2. **Segunda:** se abordaron las PUIAG mediante el análisis de contenido, para lo cual se establecieron categorías que permitieron identificar consensos (normativas comunes) y diferencias (normativas específicas).

Aclaración (disclaimer): en esta investigación solo se utilizó la IAG como apoyo a la traducción de textos en portugués. No se usó en la recolección de información, el establecimiento de las categorías, el análisis de los datos ni en la redacción del artículo.

⁴⁵ LatamChequea (s.f.). Documento sistema de gobernanza en LatamChequea. [Archivo PDF] Disponible en [este enlace](#).

Análisis

Primera Etapa

Relevamiento de casos de miembros de LatamChequea con PUIAG

El objetivo fue determinar, a través de la revisión de los sitios web de las organizaciones integrantes de LatamChequea, cuáles cuentan con una PUIAG y a partir de qué fecha se declara públicamente su implementación.

Se consideraron “casos principales” a aquellos que contaban con una normativa específica y pública sobre el uso de la Inteligencia Artificial Generativa. Sobre ellos se centró el presente análisis.

Se consideraron “casos secundarios” a aquellas organizaciones que en sus códigos de ética establecen criterios generales relacionadas con la edición/manipulación de imágenes o audios (uno de los temas centrales que tratan las PUIAG) pero que no aluden explícitamente al uso de la IAG. Se evaluará su pertinencia como tema para una futura investigación.

El relevamiento de los sitios web se realizó entre el 1 y el 27 de febrero de 2026. En cada sitio web se siguió el siguiente procedimiento:

1. Revisión de información contenida en la página principal (home): encabezado (header), pie (footer) y menú lateral (sidebar), detectando ítems que hagan referencia directa a la PUIAG o denominaciones similares.
2. Ante la falta de referencias directas se indagó en otros enlaces que pudieran tener incorporada la PUIAG: normas éticas, metodología o información institucional.
3. Si los pasos anteriores no arrojaron resultados positivos, se usó el buscador interno de cada sitio web con palabras clave referidas a la temática.

Casos principales

Se identificaron trece (13) miembros de LatamChequea que publican en sus sitios web una “Política de Uso sobre la Inteligencia Artificial Generativa”. Tal número constituye el **27 % de sus integrantes al momento del relevamiento*** realizado para este estudio, cuando la red estaba integrada por 48 organizaciones. En cuanto a la diversidad geográfica se encuentran representantes de **ocho (8) países, lo cual constituye el 38% de los Estados de origen de las organizaciones**. Estos datos coinciden con el panorama general de la región donde aún son aisladas las experiencias sobre este tipo de autorregulación.

País	Organización	Denominación de documento IA	Fecha de publicación
Argentina	Chequeado	"Política de uso de IA en <u>Chequeado</u> "	9/30/2025
Brasil	Estadão Verifica	"Política para el uso de IA"	22/11/2023 -12/3/2025
Brasil	Agencia Lupa	"Directrices para el uso de IA"	1/30/2025
Brasil	UOL Confere	"Inteligencia artificial"	3/26/2024
Brasil	Aos Fatos	"Política sobre el uso"	7 Y 17/7/2024
Brasil	Projeto Comprova	"Periodismo e IA"	S/f
Chile	Fast Check	"Política de IA"	2/1/2025
Ecuador	Ecuador Chequea	"Uso ético de tecnología e <u>inteligencia artificial</u> "	2/1/2026
El Salvador	Infodemia	"Principios éticos del uso"	S/f
Estados Unidos	Factchequeado	"Política de uso de IA"	1/26/2026
México	Verificado	"Politica de uso de IA"	12/1/2025
México	Animal Político	"Del uso de la IA"	S/f
Venezuela	Cazadores de Fake News	"Manifiesto de IA"	S/f

*El relevamiento se realizó cuando LatamChequea estaba integrada por 48 organizaciones de 21 países. Con posterioridad al cierre del estudio, la red actualizó su composición y actualmente está integrada por 46 organizaciones de 20 países, tras la baja de dos organizaciones que dejaron de estar activas. Todos los porcentajes del estudio están calculados sobre la base de miembros de la red declarada en febrero de 2026.

Como se observa en el cuadro, **las organizaciones de Brasil son mayoría (5) y las primeras de la región en hacer públicas sus PUIAG.**

El grupo editorial *Estadão* que contiene a la unidad de verificación ***Estadão Verifica***⁴⁶, anunció públicamente su política el 22 de noviembre de 2023 resaltando que se trataba de un “lanzamiento pionero entre los medios brasileños” y que “seguía (de esta forma) una tendencia mundial”.

UOL Confere⁴⁷, la unidad de verificación de UOL (Grupo Folha), se identifica como el segundo caso, ya que adhiere al Manual de Redacción y Conducta del diario *Folha de S. Paulo*⁴⁸. Tal código fue actualizado el 23 de marzo de 2024 para incorporar las directrices sobre “Inteligencia Artificial”.

Es un dato relevante que ambas unidades de verificación mencionadas sean parte de grupos empresarios que contienen medios tradicionales (diarios) de larga trayectoria, los cuales desde hace varias décadas hacen públicos sus mecanismos de autorregulación (Pauwels, 2012)⁴⁹.

En la cronología de casos sigue ***Aos Fatos***⁵⁰, también de Brasil. El 7 de julio de 2024 hace pública su PUIAG. Diez días después, el 17 de julio, registra su primera actualización.

En 2025, el panorama regional empieza a diversificarse y a presentar ejemplos en otros países. La ***Agencia Lupa***⁵¹ inicia el año ratificando el predominio de Bra-

⁴⁶ Grupo Estado/Estadão (2023, 22 de noviembre). Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas. Disponible en [este enlace](#).

⁴⁷ UOL Confere (2021, 21 de julio). Conheça o método de checagem e a política de correções do UOL Confere. Disponible en [este enlace](#).

⁴⁸ Folha de S. Paulo (2024, 26 de marzo). Inteligência artificial. Manual de Redação – Conduta. Disponible en [este enlace](#).

⁴⁹ En Estadão la primera edición del **Manual de Redacción es de 1990**. El diario Folha de S. Paulo, en tanto, fue el medio pionero en América Latina en adoptar el rol de **Ombudsman** (Defensor de la Audiencia) en 1989. Pauwels, F. (2012). Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina. La pedagogía del derecho a la Información [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio Institucional. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁰ Aos Fatos (2024, 7 de julio). Política IA. Disponible en [este enlace](#).

⁵¹ Agencia Lupa (2025, 30 de enero). Diretrizes para o uso de Inteligência artificial na Lupa. Disponible en [este enlace](#).

sil. El 30 de enero de 2025 se suma con sus “Directrices para el uso de la Inteligencia Artificial”, que publica tanto en su información institucional como en su Código de Conducta⁵². Sin embargo, en el transcurso de ese año organizaciones de Chile, Argentina y México fijan sus propios lineamientos.

Fast Check⁵³, de Chile, publica su “Política de Inteligencia Artificial” destacando la fecha de entrada en vigencia: 1 de febrero de 2025. **Chequeado**⁵⁴, de Argentina, hace lo propio el 30 de septiembre y **Verificado**⁵⁵ de México cierra ese año en diciembre con la actualización de su código de ética que incluye precisiones sobre el uso de la Inteligencia Artificial.

Factchequeado⁵⁶, en Estados Unidos, inicia 2026 dando a conocer su PUIAG el 26 de enero y **Ecuador Chequea**⁵⁷ actualiza en febrero su Manual Integral de Ética y Directrices Editoriales con el capítulo “Uso ético de la tecnología y la Inteligencia Artificial”.

También cuentan con PUIAG, **Infodemia**⁵⁸ (El Salvador), **Animal Político**⁵⁹ (México) y **Cazadores de Fake News**⁶⁰ (Venezuela). Sin embargo, como no declaran fecha de publicación o de entrada en vigencia, no se las puede ubicar en la cronología de casos.

A modo de excepción se consideró dentro de los casos principales al **Projeto Comprova**⁶¹, la iniciativa colaborativa liderada por la Asociación Brasileña de

⁵² Agencia Lupa (2025-2024). Código de conducta [Archivo PDF] Disponible en [este enlace](#).

⁵³ Fast Check (2025, 1 de febrero). Política de Inteligencia Artificial. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁴ Chequeado (2025, 30 de septiembre). Política de uso de IA en Chequeado. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁵ Verificado (2025, diciembre). Política de uso de Inteligencia Artificial. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁶ Factchequeado (2026, 26 de enero). Política de uso de IA en Factchequeado. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁷ Ecuador Chequea (2026, febrero). Uso ético de la tecnología y de la Inteligencia Artificial. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁸ Infodemia (s.f.). Principios éticos del uso de IA en Infodemia. Disponible en [este enlace](#).

⁵⁹ Animal Político (s.f.). Del uso de la IA. Disponible en [este enlace](#).

⁶⁰ Cazadores de Fake News (s.f.). Manifiesto IA. Disponible en [este enlace](#).

⁶¹ Projeto Comprova (s.f.) Inteligência artificial: o básico para jornalistas. Disponible en [este enlace](#).

Periodismo Investigativo (ABRAJI). Si bien en el menú principal de su sitio web contiene un título denominado “Política de uso de IA”, no se accede a tal contenido sino que enlaza con “Metodología”, donde tampoco hay referencias al tema. Sin embargo, en el mismo menú institucional se ofrece un documento que aborda los “Riesgos de la utilización de la IA en el periodismo” y emite recomendaciones similares a las de otras organizaciones. Tampoco en este caso pudo establecerse la fecha de publicación.

Casos secundarios

Si bien en los casos que muestra el siguiente cuadro no pudo detectarse una referencia directa sobre cómo la organización o unidad de fact checking utiliza la IAG, sí incluyen en sus códigos de ética, cartas de buenas prácticas o directrices generales, referencias a procedimientos no permitidos con el contenido audiovisual. Podría, en esos casos, plantearse como hipótesis si esos marcos generales son operativos también en casos en los que esté involucrada la IAG.

Tal información puede fundamentar una segunda parte de esta investigación en la que se indague sobre las organizaciones que tienen protocolos internos (no públicos) sobre el uso de la IAG, aquellas que están en proceso de elaboración de tales normativas e incluso, como en el caso referido, las que tienen principios muy generales pero que podrían abarcar diversas tecnologías.

País	Organización	Denominación de documento IA	Fecha de publicación
Bolivia	Bolivia Verifica	" <u>Manipulación de imagen, audio y video</u> " (Código de ética -art.10-)	S/F
Cuba	Cuba Chequea	" <u>Ética en el uso de imágenes y multimedia</u> " (Principios Editoriales)	S/F
Francia	AFP Factual	" <u>Tratamiento de imágenes con Photoshop y otras aplicaciones</u> " (Carta de buenas prácticas)	2016

Denominación del protocolo sobre IAG

Se clasificó a los casos estudiados en función de las palabras clave a las que aluden en la denominación de la normativa sobre IAG.

Se impone en seis de los casos el título “Política” (de/sobre/para) “el uso de IA” (46%). Tal denominación resulta coherente con documentos previos emitidos por algunas organizaciones de la red referidos a otras temáticas. Por ejemplo, Aos Fatos (BR), cuenta con tres “políticas” públicas: “editorial”, “de errores” y “de IA”. En Fast Check (CL), la “Política de Inteligencia Artificial” se suma a seis documentos con la misma denominación referidos a: privacidad, independencia, imparcialidad, correcciones, transparencia de fuentes y suscripciones. En tanto que *Factchequeado (EE.UU.)* identifica como “políticas”, además de la referida a la IA, a su declaratoria relacionada al “apartidismo” y a sus procedimientos de “corrección”.

El sustantivo “política” alude, según la Real Academia Española (s.f.), al “conjunto de orientaciones que rigen la actuación de una entidad en un asunto determinado”. En ese sentido, pueden considerarse sinónimos las otras denominaciones escogidas: “directrices”, “principios” o “manifiesto”. En el caso de este último, su significado también implica que se trata de un documento “que se hace público” y que suele aludir a cuestiones de “interés general”.

Siguiendo la clasificación de los mecanismos de autorregulación en comunicación que realiza Aznar⁶² (2004, enero) las PUIAG quedarían encuadradas dentro de los “documentos éticos específicos” cuyo propósito es mejorar el tratamiento que los medios dan “a alguno de los grandes retos sociales actuales”.

⁶² Aznar, H. (2004, enero). Los códigos de ética no sirven. Sala de Prensa. Disponible en [este enlace](#).

Visibilidad de las PUIAG en sitios web y secciones relacionadas

Las organizaciones integrantes de LatamChequea declaran como objetivo principal “fomentar la participación de los ciudadanos en el debate público y la circulación de información confiable” mediante un “método de verificación y de corrección” que sigue normas explícitas.

En tal sentido, resulta esperable que las PUIAG sean presentadas como un contenido relevante y fácilmente accesible para las audiencias en las páginas principales (home) de sus sitios web. Esta **visibilidad se observa en 8 de los 13 casos analizados (61%)**, los cuales han optado por ubicar tal documento en el menú fijo disponible en la cabecera (header) o en el pie (footer).

Si el objetivo es, no solo promover el uso interno de tales normativas, sino ratificar la transparencia en los procedimientos y, sobre todo, que las audiencias tengan un acceso directo y rápido, esta elección se presenta como la más adecuada porque contribuye a la alfabetización mediática e informacional. Como señala Aznar (2005, p. 70) la “difusión” resulta fundamental: “si el público sabe de la existencia de estos documentos y conoce algo de su contenido, obviamente podrá reclamar a los medios su cumplimiento”. Similar sugerencia se realiza desde la Defensoría del Público de Argentina (2016, p. 5) al considerar relevante que estas iniciativas cuenten con “difusión amplia y fehaciente” tanto hacia el interior de los medios como “a sus audiencias”.

Por contraste, se observa que 5 de las organizaciones presentan accesos indirectos hacia sus PUIAG, lo que implica la necesidad de navegar dentro de otras secciones o buscar subtítulos referidos al uso de la IAG en declaraciones institucionales, descripciones metodológicas o códigos de ética extensos.

En tres de los casos se observan enlaces que no funcionan, redirigen a otro con-

tenido o se encuentran desactualizados. En el *Projeto Comprova* (BR), el menú que se despliega en la cabecera promete acceso directo a la “Política de uso de IA” pero abre “Metodología”. En Ecuador Chequea (EC) el “Decálogo de uso ético de la IA” deriva en una página que no existe. En tanto que UOL Confere (BR), que asume guiarse por los “Principios editoriales del Manual de Redacción de Folha”, enlaza con una versión desactualizada de tal código en la que aún no se había incorporado el capítulo sobre el uso de la IA.

En cuanto a las secciones relacionadas con las PUIAG los casos presentan coincidencias en asociar este nuevo contenido con las misiones/valores (“Conócenos”, “Nosotros”, “Sobre...”), la transparencia en las “metodologías” de trabajo y la adhesión a “normativas éticas” producto de la autorregulación. En el ideario institucional de estas organizaciones, formalizar sus PUIAG ratifica un compromiso más con las audiencias, aportando iniciativas concretas que contribuyan tanto a la credibilidad como a la identidad.

Segunda Etapa

Categorías y definiciones

Con el objetivo de identificar consensos (normativas comunes) y diferencias (normativas específicas) en las PUIAG de las organizaciones integrantes de LatamChequea, se estableció un sistema de categorías y de unidades que permiten un abordaje cuantitativo (frecuencia) y cualitativo (significados compartidos).

En primer lugar, se formalizaron categorías que se relacionan con la forma o estructura de las PUIAG. Los documentos de autorregulación relacionados con la comunicación suelen aportar, por lo general, los siguientes fundamentos: una declaración sobre la importancia de su formulación (“definición”), propósitos (“objetivos”), proceso de redacción (“elaboración”), competencias

(“alcance”), mecanismos de revisión (“actualización” y “capacitación”) y de valoración (“evaluación”).

Código	Categoría	Definición	Unidad de análisis/ ejemplo de cita
SOBRE LA PUIAG			
DEF-PUIAG	Definición de la PUIAG	Mención sobre el tipo de documento de autorregulación	Principios/normas/pautas/ otros sinónimos
OB-PUIAG	Objetivo de la PUIAG	Mención sobre los principales logros esperados	Responsabilidad/calidad/ confianza/otros sinónimos
ELAB-PUIAG	Elaboración de la PUIAG	Mención sobre el proceso de redacción/publicación/difusión	Equipo involucrado/fuentes consultadas/tiempo de elaboración/promoción del documento
AL-PUIAG	Alcance de la PUIAG	Mención sobre sujetos comprendidos	Restringido (personal de la org.) O ampliado (periodistas en gral. /Audiencias/ sociedad)
MAN-PUIAG	Mandato de la PUIAG	Mención sobre el cumplimiento de las normativas	Obligación o recomendación
RES-PUIAG	Responsable de la PUIAG	Mención sobre autoridad encargada del cumplimiento	Jerarquía u organismo creado a tal fin /funciones desempeñadas
ACT-PUIAG	Actualización de la PUIAG	Mención sobre la revisión del documento original	Causas para la actualización/plazos/responsables
CAP-PUIAG	Capacitación sobre la PUIAG	Mención sobre la necesidad de formación continua	Público objetivo (personal de la org. Y/o audiencias)/ temas que requieren formación
EVA-PUIAG	Evaluación sobre la PUIAG	Mención sobre la implementación o efectividad	Evaluación interna (control sobre procesos) / reclamos de audiencias (fallas de implementación)

En segundo lugar, se profundizó en el contenido de las PUIAG, evaluándose en esta instancia el fondo del tema abordado. Es por ello que se consideró relevante establecer categorías que formalicen el posicionamiento de las organizaciones estudiadas frente a la Inteligencia Artificial Generativa (IAG). En relación con este propósito se consideraron relevantes las siguientes categorías: concepción de la IAG, rol humano frente a esta tecnología, derechos especialmente protegidos, funciones autorizadas, advertencias de uso y procedimientos de corrección o de reclamos por parte de las audiencias.

Código	Categoría	Definición	Unidad de análisis/ ejemplo de cita
SOBRE LA IAG			
CON-IAG	Concepción sobre la IAG	Mención sobre concepto, valoración y función	Sustantivos/Adjetivos/ Verbos asociados - Vinculación con el trabajo humano
HUM-IAG	Rol humano ante la IAG	Mención sobre función humana en el proceso	Rol humano (verbos)/Frecuencia/Etapa de intervención/Responsable asignado
DER-IAG	Derechos protegidos ante la IAG	Mención de los derechos más frecuentes protegidos	Derecho: a la no discriminación/de autor-propiedad intelectual/a la privacidad-protección de datos
FUN-IAG	Funciones autorizadas con IAG	Mención de las tareas en las que se permite el uso	Frecuencia sobre la clasificación de funciones realizada por Verificado (Mx)
ADV-IAG	Advertencia de uso de la IAG	Mención sobre modalidad de notificación de uso	Advertencia general o Etiqueta específica (Tx/ marca de agua/epígrafe)/ Ubicación
CORR-IAG	Corrección ante errores por IAG	Mención sobre el procedimiento ante reclamos	Específico para IAG o General de la organización / Responsable asignado

Análisis de contenido de las categorías estructurales

Definición y Objetivos

LatamChequea declara en su “sistema de gobernanza” que “el objetivo de la red es fortalecer la democracia al fomentar la participación de los ciudadanos en el debate público y la circulación de información confiable”. Asimismo, se indica que es condición para ser miembro “tener un método de verificación y de corrección público”.

Esto implica en los hechos que cada una de las organizaciones analizadas ya contaba, al momento de comunicar sus PUIAG, con un posicionamiento institucional en el cual explicitar sus procedimientos no es mostrado como una excepción, sino como parte fundamental del “contrato de lectura” (Verón, 1985)⁶³ que proponen a sus audiencias.

Es por ello que al evaluar cuál es el **concepto predominante en la definición de las PUIAG resulta coherente encontrar la reiteración del sustantivo “Principios” (o sus sinónimos: “norma”, “documento”, “criterio”, “pautas” y “declaración”)** asociado a una ratificación del “compromiso” de “transparencia” asumido, el cual aparece desafiado en el contexto digital actual.

Por ejemplo, en *Ecuador Chequea (EC)* se señala que “en entornos digitales complejos” resulta fundamental el “compromiso institucional con la integridad informativa”. En *UOL Confere (BR)*, que adopta el Manual de Redacción y Conducta del Grupo Folha, se indica que “en una era de cambios en los hábitos de lectura” y de “noticias falsas e intolerancia” el “periodismo profesional es el antídoto”, por lo cual resulta necesario “actualizar los compromisos de *Folha*”. En *Verificado (MX)*, en tanto, su política cierra subrayando una serie de “compromi-

⁶³ Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En: Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications. París. IREP.

sos”, dado que asume que la “IAG seguirá evolucionando rápidamente”.

Al analizar los objetivos declarados por las PUIAG (esto es, lo que se pretende lograr estableciendo un protocolo de conocimiento público), se observa que la **“responsabilidad” frente a la tecnología es el principal valor compartido por las organizaciones**. Mientras algunas plantean un acercamiento con cautela, otras van más allá y declaran que tales reglas no son incompatibles con la “innovación”, “la experimentación” o lo “creativo” (*Chequeado/AR*, *Estadão/BR*, *Factchequeado/EE.UU* y *Cazadores de Fake News/VZ*).

La responsabilidad en los casos estudiados aparece expresada a través del “rigor metodológico” que se convierte en garantía de “calidad” (*Ecuador Chequea/EC*, *Verificado/MX* y *Factchequeado/EE.UU.*). En el mismo sentido, se sostiene desde *Aos Fatos (BR)* que “la creación de procesos de control editorial” permiten que se “minimicen los errores”. En definitiva, lo que se busca es demostrar cómo responde el periodismo “cualificado” (*Agencia Lupa/BR*) y “profesional” (*UOL Confere/BR*) ante los retos que presenta la tecnología.

Más allá de los efectos sobre las propias organizaciones y sus productos, las PUIAG ratifican en sus objetivos la pretensión de incidencia sobre el público. Es por ello que aluden una “ciudadanía activa” con “pensamiento crítico” (*Chequeado/AR*), invocan el “respeto de lectores, socios y clientes” (*Estadão/BR*) y apuestan a que iniciativas de este tipo generen “confianza en audiencias” y “comunidades” (*Verificado/MX* y *Factchequeado/EE.UU.*).

Proceso de elaboración

El proceso de elaboración de un código de ética o de una política institucional para la cobertura de un tema en particular, suele demandar debates, acuerdos y revisiones de los primeros borradores. Asimismo, la jerarquía de quienes inter-

vienen directamente en la redacción de este tipo de iniciativas es diversa. En algunos casos son documentos elaborados por la directiva. Otros, se convierten en “obras colectivas” (Nigro y Grillo, 1998, p. 8)⁶⁴ dado que se “invita al conjunto de trabajadores/as para hacer aportes y propuestas” (Defensoría del Público, 2016, p. 5)⁶⁵. Por ejemplo, el código de ética de la TV Pública de Argentina se realizó de este modo y demandó “seis meses de debate”, dato que se cita en el texto final (TVP, 2021, p. 1)⁶⁶.

En aquellos casos en que el código es un instrumento de autorregulación de asociaciones de periodistas, suele abrirse una consulta entre los socios e, incluso, convocarse a especialistas o representantes de la sociedad civil para hacer sugerencias. Tal como explica Jerónimo Biderman Núñez (2020)⁶⁷ sobre la actualización del Código de Ética del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), “la decisión de avanzar en un proceso de actualización abierto y participativo” otorga “legitimidad”.

Asimismo, el texto final suele incluir referencias a las fuentes bibliográficas consultadas o menciones a otros medios que se toman como antecedentes de la iniciativa.

Al evaluar esta categoría son muy pocos los datos que se encuentran en las PUIAG de las organizaciones analizadas. Quiénes participaron, qué documentos o fuentes tomaron como referentes y cuándo tiempo demandó el consenso y la redacción, son aspectos escasamente abordados.

⁶⁴ Nigro, P. y Grillo, M. (1998). Los manuales de estilo en los diarios argentinos. Universidad Austral. Disponible en [este enlace](#).

⁶⁵ Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2016). Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética. Disponible en [este enlace](#).

⁶⁶ Televisión Pública de Argentina (2021). Código de ética de la TV Pública. Disponible en [este enlace](#).

⁶⁷ Biderman Nuñez, J. (2020, 11 de diciembre). Un código actualizado desde la participación y el consenso. FOPEA. Disponible en [este enlace](#).

Aos Fatos (BR) es la única que menciona que sus PUIAG fueron “adoptadas internamente meses antes” de su publicación, que ocurrió el 7 de julio de 2024. Este dato se menciona para reafirmar “su rol pionero en el desarrollo y uso ético de la inteligencia artificial”.

Estadão (BR) publica una nota el 22 de noviembre de 2023 en la que anuncia la publicación de su “política de uso de herramientas de inteligencia artificial en sus redacciones”. También proclama que el “lanzamiento es pionero entre los medios brasileños”. Detalla que esta iniciativa “sigue una tendencia global” y para ratificarlo cita el antecedente de “periódicos, revistas, agencias de noticias y asociaciones como Associated Press, Reuters, The Telegraph y Wired”.

Por su parte, *Infodemia (SV)* reconoce haber tomado como “base los principios de Chequeado.com”, en particular en el último apartado del texto titulado “Sí y No del uso de la IA”. Tal cita muestra cómo dentro de la misma red de Latam-Chequea unas iniciativas pueden inspirar a otras. Este aporte entre organizaciones sigue la línea del “intercambio de experiencias, prácticas y metodologías” establecida en el sistema de gobernanza y podría motivar a otras a replicarla.

Alcance, Mandato y Responsable de aplicación

Los documentos de autorregulación en el ámbito de la comunicación pueden tener, según explica Aznar (2005, p. 50)⁶⁸, una “carga de obligatoriedad” como las de “los códigos deontológicos propiamente dichos, que son vinculantes para quien los aprueba”. También, existen las “recomendaciones”. Se trata de documentos de “carácter más admonitorio”, “genéricos” o “no vinculantes”, aunque con el mismo objetivo del establecimiento de pautas para “realizar un trabajo mejor”.

⁶⁸ Aznar, H. (2005). Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona. Paidós.

En función de estas características se buscó determinar el alcance que plantean las PUIAG en las organizaciones de LatamChequea. Esto es, si sus permisos y restricciones se circunscriben a quienes trabajan en ellas de forma directa o si plantean alguna pretensión de incidencia sobre el sistema mediático o de fact checking en general.

En esta categoría la cuantificación muestra un dato relevante: **92% de las organizaciones analizadas explicitan que las normativas enunciadas están circunscriptas a su propio “equipo”, “personal”, “empleados” o “colaboradores”.**

Sin embargo, tres organizaciones manifiestan además en sus protocolos la expectativa de la incidencia por fuera de su propio ámbito. *Cazadores de Fake News (VZ)* espera que la “IA sea una aliada en la generación de contenido positivo y ético, tanto para periodistas y activistas como para académicos, docentes y estudiantes”. *Verificado (MX)* se compromete a “contribuir al debate público sobre IA y periodismo” y a “colaborar con otras organizaciones para establecer estándares éticos”. En el caso del *Projeto Comprova (BR)*, el documento se dirige al periodismo en general.

Al momento de **evaluar si en las PUIAG los principios se expresan como sugerencia o como obligación, se impone esta última opción (92%)**. “Es obligatorio”, “se deberá indicar”, “no se permite” y “en ningún caso usaremos”, son algunas de las expresiones asociadas a los permisos o a las restricciones sobre la IAG. Incluso, en los documentos de algunas de las organizaciones directamente aparecen subtítulos que remarcan el carácter imperativo. “Prohibición de manipulación” se enuncia desde *Ecuador Chequea (EC)*, “usos prohibidos de IA” destaca *Verificado (Mx)* y “nunca usaremos la IA” advierte *Factchequeado (EE.UU.)*, antes de enumerar en qué procesos editoriales y de contenido presenta restricciones.

Teniendo en cuenta que las PUIAG se formulan como una exigencia o imposición **sería esperable que las organizaciones expliciten quiénes son los responsables dentro del equipo ante su incumplimiento.** “Revisar permanentemente” si un documento de autorregulación se aplica y es efectivo para los fines propuestos suele ser una de las indicaciones sugeridas al momento de su puesta en práctica (DPSCA, 2026: 5). **Tal requisito solo se observa en cuatro de los casos en forma directa y en dos, indirecta (46%).**

Estadão Verifica (BR) adhiere al Código de Conducta y Ética del Grupo *Estadão*. Éste cuenta con un “Comité de IA” formado por ocho miembros de áreas diversas: tecnología, editorial, producto y legal. Tiene “capacidad consultiva y de decisión” e interviene en “aprobación de procesos”, “evaluación de riesgos” y “casos excepcionales”. *UOL Confere (BR)*, que asume el Código del Grupo *Folha*, también explicita en su PUIAG que es el “Consejo Editorial” el único que puede autorizar “excepciones” a las reglas enunciadas. *Agencia Lupa (BR)*, por su parte, menciona al “editor jefe” como el encargado de “revisar todo el contenido generado por IA”. Finalmente, en *Verificado (Mx)* la “gobernanza” la desempeñan la Dirección Editorial, el Comité de Ética y cada jefe de área.

No es directa la mención de autoridad a cargo del tema en las PUIAG de *Ecuador Chequea (EC)* y de *El Sabueso de Animal Político (MX)*. Sin embargo, si se tiene en cuenta que ambos protocolos están incorporados dentro de los códigos de ética, podría aplicarse la responsabilidad que en estos se enuncia. En la organización ecuatoriana es el Editor General quien debe “supervisar el cumplimiento de las normas éticas y editoriales” y en la mexicana se encomienda al Comité de Ética la autorización de “excepciones a normas”.

Llama la atención, en este aspecto, el caso de *Fast Check (CL)* ya que es el único que advierte sobre “medidas disciplinarias” ante el “uso indebido de la IA” por

parte de sus “colaboradores”. Sin embargo, no menciona qué jerarquía sería la encargada de la investigación y posible sanción.

Actualización y Capacitación

Al analizar los manuales de ética y estilo en diarios, Nigro y Grillo (1998, p. 8) sostienen que debe considerarse a este tipo de documentos como “obras abiertas” dado que “se renuevan cada cierto período de tiempo para adaptarse a cambios idiomáticos o sociales”. En el mismo sentido se recomienda, desde la Defensoría del Público (2016, p. 5), “establecer mecanismos y plazos para reabrir el Código y generar posibilidades de actualizaciones y mejoras”.

Siguiendo estas indicaciones, se evaluó si las PUIAG en las organizaciones de LatamChequea incluyen la posibilidad de actualización de los documentos originales y si presentan plazos. **El 61% de los casos estudiados establece la revisión del contenido.** En consonancia con la teoría antes citada indican que se trata de un “manifiesto no estático” (*Cazadores de Fake News/VZ*), un “documento vivo” (*Chequeado/AR*) o una “política en constante evolución” (*Factchequeado/EE.UU.*).

En cuanto a plazos, salvo *Ecuador Chequea (EC)* y *Estadão (BR)* que indican la revisión del Manual en su totalidad o específicamente de la PUIAG “al menos una vez al año”, el resto no precisa una regularidad concreta y coincide en indicar que lo hará “de manera periódica” o “siempre que sea necesario”. *Aos Fatos (BR)* es la única organización que, al momento de realizar esta investigación, ya menciona una actualización.

Las organizaciones coinciden en que el “avance tecnológico” y la “evolución de la IA” es el principal justificativo para actualizar la Política de Uso. Aunque en menor medida, también aluden a la necesidad de adecuarse a nuevas “regula-

ciones” o “cambios normativos” y también a las “mejores prácticas” que puedan surgir de los “aprendizajes internos”.

La *Agencia Lupa*, *UOL Confere* y *Projeto Comprova*, todos de Brasil, incluyen referencias indirectas sobre el eje analizado, dado que no aluden a la actualización de la PUIAG en particular sino a la necesidad de estar pendientes de las últimas novedades tecnológicas. Como señala la última organización: “mantenerse actualizado sobre las capacidades de la IA es fundamental de cara al futuro” (...) No deje de aprender sobre este tema”.

El último concepto planteado lleva a indagar si las **organizaciones estudiadas promueven instancias de capacitación, a quiénes las dirigen y cuáles son los temas de formación. En el 53% de los casos se encuentran referencias directas** a este tema en la PUIAG y, con el mismo porcentaje, la coincidencia en que el destinatario de la formación es el “equipo”, los “empleados” o los “integrantes”.

En cuanto a los temas se observa consenso en que se trata de “promover mejores prácticas” (*Estado/BR*) para “el uso responsable” (*Agencia Lupa/BR*) y que esto implica “conocimiento técnico y ético” (*Chequeado/AR*). En *Ecuador Chequea (EC)* son más precisos en la enumeración de temas. Se aclara que la capacitación incluye conocimiento sobre: “sesgos algorítmicos”, “identificación de contenidos manipulados”, “evaluación crítica de outputs automatizados” y “buenas prácticas de seguridad digital”.

En cuanto al alcance de la capacitación, se diferencia el *Projeto Comprova (BR)*, cuyo documento aborda en forma general los desafíos que enfrenta el periodismo ante la IAG. Es el único caso en el que se menciona la importancia de la “alfabetización mediática” del público. Califica como “crucial” que los periodistas

les puedan transmitir información sobre “las capacidades de la IA” y el “funcionamiento de la prensa y sus complejidades”.

Análisis de contenido de las categorías de fondo

Concepción de la IAG y su vínculo con el trabajo humano

Para evaluar si las organizaciones estudiadas tienen significados compartidos sobre la IAG se sistematizaron los sustantivos, adjetivos y verbos que aparecen vinculados a este concepto. La denominación escogida, la valoración asociada y, sobre todo, las acciones asignadas a tal invención permiten delinear un posicionamiento institucional. Estos primeros indicios serán confirmados en las categorías siguientes cuando se explore el rol humano, los derechos protegidos y las funciones permitidas.

Se observa una **preferencia por el sustantivo “herramienta” (92%) al referirse a la IAG**. Como sinónimos, aunque poco usados, se apela a “tecnología” o “instrumento”. Adjetivos y verbos aportan mayores precisiones sobre el rol que se le asigna frente al trabajo humano. **Los calificativos elegidos subrayan, en mayor medida, la función subalterna**: se la considera “complementaria”, “de apoyo” o “ayuda” (*Infodemia/SV, Projeto Comprova/BR, Ecuador Chequea/EC*). La opinión positiva aparece cuando se la considera “valiosa” (*Fast Check/CL*) y “útil” (*Estado Verifica/BR*) y la expectativa cuando se señala que es “novedosa”, de “moda”, “con potencial” o “crecimiento” (*Verificado/MX, Cazadores/VZ*).

Los verbos escogidos para sintetizar las **funciones asignadas a la IAG también oscilan entre aquellos que la ubican en funciones secundarias (53%) y otros que le reconocen mayor incidencia sobre el trabajo humano (46%)**. Como ejemplos de los primeros: “asistir”, “ayudar”, “apoyar” y “colaborar” (*Projeto Comprova/BR, Ecuador Chequea/EC, Verificado/Mx, Animal Político/MX*). En el caso de los segundos: “transformar”, “optimizar”, “aumentar”, “maximizar” y “ampli-

ficar” (*Chequeado/AR*, *Lupa/BR*, *UOL Confere/BR*, *Fast Check/CL*, *Factchequeado/EE.UU.*, *Cazadores/VZ*)

En cuanto al **efecto esperado del uso de la IAG, se marca la “eficiencia” en el proceso editorial y la “velocidad” o “rapidez”** en algunas tareas, haciendo posible que “los periodistas tengan más tiempo” para dedicarse a la “información en profundidad”.

Rol humano

Esta categoría es considerada de relevancia dado que es la primera en la que se observa un acuerdo total **(100%) entre las organizaciones estudiadas. El consenso es acerca de la necesidad de intervención humana frente a la producción de la IAG.**

En la mayoría de los casos no hay lugar a excepciones. “Preeminencia humana”, titula *Infodemia/SV*. “Supervisión humana obligatoria” destaca *Verificado/MX*. “La responsabilidad editorial es indelegable”, se afirma desde *Ecuador Chequea/EC*. “No reemplazo de la labor humana”, indica la política de *Fast Check/CL*.

Sin embargo, **cuatro organizaciones abren la posibilidad de que en algunos contenidos o productos el cumplimiento de tal regla pueda obviarse**, aunque con determinadas condiciones.

En *Chequeado/AR*, que cuenta con sus “desarrollos propios de IAG” (“El Explorador”, el “Desgrabador” y el “Transcriptor”) se advierte que, en esas herramientas en particular, “las respuestas son generadas en tiempo real por inteligencia artificial sin mediar revisión humana”. Tales condiciones “se comunican de manera explícita a los usuarios” y, además, se citan controles previos y periódicos “para mitigar riesgos y sesgos”. *Aos Fatos/BR* también tiene productos similares (“Fá-

tima”, un robot de verificación de datos y “*Escriba*”, un servicio de transcripción automática). Es por ello que en su PUIAG advierte que “en los casos de uso donde el contenido es generado automáticamente por inteligencia artificial” habrá “una advertencia clara”. También garantiza “procesos de control de calidad que minimicen los errores”. En *Estadão Verifica (BR)* se advierte que “para los materiales publicados sin revisión humana” y “solo en procesos aprobados por el Comité IA” se debe incluir un aviso específico y el enlace a la “Política de IA”. Finalmente, en *UOL Confere (BR)* se expresa a través del Manual del Grupo Folha que las “excepciones” a la “regla” de revisión humana “solo pueden ser autorizadas por el Consejo Editorial”. Éste deberá tener en cuenta “limitaciones, posibles sesgos y cuestiones relacionadas con los derechos de autor”.

La intervención humana se exhibe, entonces, como garantía ante posibles fallas, errores o vulneraciones provocados por la IAG. Pero, **¿cuál es la función específica asignada? “Revisión”, “supervisión”, “verificación” y “validación” aparecen en ese orden con mayor frecuencia** en las PUIAG al momento de referirse a la tarea que debe desempeñar la “persona responsable”, el “colaborador humano” o el “equipo editorial”. Las máximas autoridades que deben intervenir se mencionan en pocos casos. El “director editorial, el Comité de Ética o el jefe del área”, se precisa en *Verificado (MX)*, el “editor jefe” en *Agencia Lupa (BR)*, el “Comité de IA” en *Estadão Verifica (BR)* y el “Consejo Editorial” en *UOL Confere (BRA)*.

Ecuador Chequea (EC) es la organización que más detalla los aspectos que debe contemplar la “revisión humana” advirtiendo que no se trata de un “proceso superficial ni meramente formal” dado que implica las siguientes acciones: “verificación manual de datos, cifras y nombres propios; “confirmación de existencia real de documentos o fuentes citadas”; “revisión de coherencia contextual y exactitud conceptual” e “identificación de posibles sesgos o inferencias no justificadas”.

En cuanto al **momento específico de la intervención humana sobre el producto elaborado con IAG, el 69% coincide en situarlo “antes de la publicación” o “difusión”**. En el resto de los casos no se especifican mayores precisiones.

Peligros en el uso de la IAG

Al rastrear qué identificación explícita hacen las organizaciones sobre **peligros asociados al uso de la IAG, se observa que algunas los enuncian de forma directa como amenazas de impacto social, profesional o individual**. Tales argumentos justifican luego la declaración de derechos especialmente protegidos. Otras, son directamente propositivas, lo que permite advertir indirectamente cuáles son los ámbitos de especial preocupación.

Chequeado (AR) y *Verificado (MX)* utilizan la misma expresión en la introducción de sus políticas al advertir que esta tecnología conlleva “tanto oportunidades como riesgos”. La primera remarca el “desafío” sobre “las organizaciones de la sociedad civil” al “transformarse múltiples aspectos de la vida cotidiana”. La segunda, pone su foco en la “transformación del periodismo y la verificación de datos”.

Desde *Estadão (BR)* también se llama la atención sobre “los riesgos inherentes al uso indiscriminado de dichas herramientas” y su impacto tanto en “la prensa” como en el “estado de derecho democrático”. *Fast Check (CL)*, en tanto, advierte sobre su uso en “temas de gran impacto social o cultural”, dado que “tienen un alto riesgo de ser manipulados o distorsionados”. La desinformación, se agrega, “puede influir en decisiones importantes o aumentar tensiones sociales”.

Coincide con tal diagnóstico el *Projeto Comprova (BR)* al señalar las consecuencias sobre “el debate público en su conjunto”, pero en especial en “la calidad del periodismo”, que se ve afectada por la reducción de “las redacciones y el valor de los salarios”. “Es un riesgo no despreciable”, advierte. Para minimizarlo apela a

la “ética de quienes dirigen las redacciones”.

Mas allá de la evaluación sobre el ámbito social o profesional, **las organizaciones manifiestan preocupaciones comunes sobre el impacto de la IAG en el proceso informativo**, en particular cuando se la considera como fuente primaria, se reproducen errores factuales (“alucinaciones”) o se replican sesgos discriminatorios que provienen de los datos de entrenamiento de esta tecnología.

La generación mediante IAG de “contenido engañoso”, en especial, imágenes, videos o audios presentados como reales se reitera en las “Políticas de uso” y, como se verá más adelante, es una de las funciones con más restricciones. Sobre este problema, el *Projeto Comprova (BR)* advierte que si bien “la tecnología ofrece nuevas posibilidades, también facilita la creación de imágenes manipuladas que pueden utilizarse para engañar al público, difundir desinformación y comprometer la confianza”.

Derechos protegidos

Las PUIAG coinciden en garantizar una especial protección a derechos que podrían ser vulnerados con el uso de la IAG: privacidad/datos personales, propiedad intelectual/derechos de autor e igualdad/no discriminación.

El **76% de las organizaciones analizadas se compromete a resguardar la información que contenga datos personales**. En *Chequeado (AR)* se afirma que no ingresará “información sensible -como fuentes anónimas, datos personales o documentos confidenciales- en herramientas externas de IA”. *Fast Check (CL)* cita como fundamento la “Ley de protección de Datos Personales de Chile”, indicando que “el trabajo periodístico” deberá seguir los “estándares éticos y legales” contenidos en esa norma”. *Estado Verifica (BR)*, por su parte, especifica que la protección es sobre información de “clientes, emplea-

dos, proveedores o terceros” y que estas “bases de datos” no se podrán insertar ni “total ni parcialmente en las herramientas de IA”. En *Factchequeado* (EE.UU.) se afirma que proteger este derecho es una “responsabilidad” que asumen “en serio”: “impulsaremos la experimentación con IA” con “cuidado de la rigurosidad y confianza de la comunidad”. Por ello, “no se compartirán ni venderán tus datos de identificación personal”.

En cuanto a la **propiedad intelectual/derechos de autor, el 69% de las PUIAG estudiadas incluyen menciones explícitas** al tema. Desde el *Projeto Comprova* (BR) se explica que “uno de los impactos más inmediatos de las herramientas de inteligencia artificial en el periodismo” es que “los modelos existentes han sido, están y serán entrenados con base a contenidos producidos por la prensa, libros y artículos científicos”. Esas fuentes, se agrega, están “protegidas por derechos de autor”, con lo cual es un “acto perjudicial” su uso “sin consentimiento” y “sin pago”.

Dada esta situación, las organizaciones enuncian no solo la “garantía” de no “infracción” a los “derechos de autor de terceros” sino también la protección de su propio contenido para “evitar el uso ilimitado por algoritmos” (*Estadão Verifica / BR*). *Chequeado* (AR) y *Factchequeado* (EE.UU.) resumen el posicionamiento de igual forma: “respetaremos siempre el trabajo de quienes crean contenido” así también como “los derechos sobre nuestros propios contenidos originales que siempre deben atribuirse a sus autores y utilizarse con nuestra autorización”.

Con igual porcentaje **(69%), las PUIAG incluyeron advertencias sobre los sesgos en los algoritmos**. Estos pueden reforzar estereotipos o prejuicios vulnerando el derecho a la igualdad y el principio de no discriminación. Tal como se advierte en la investigación publicada por UNESCO (2024)⁶⁹ “incluso pequeños sesgos” pueden

⁶⁹ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2024). Challenging systematic prejudices: an investigation into bias against women and girls in large language models. Disponible en [este enlace](#).

“amplificar significativamente las desigualdades en el mundo real”.

Entre las organizaciones analizadas se destaca *Infodemia (SV)*, que se compromete a “revisar cualquier producto generado con el apoyo de la IA” para evitar reproducir o amplificar “sesgos de género, raza, clase y orientación sexual”. *Lupa (BR)* advierte que “se corregirá el contenido con sesgos ideológicos, sociales o de comportamiento” con el fin de evitar “la propagación de desinformación o estereotipos que la inteligencia artificial puede generar”. Similar “supervisión” sobre la IAG enuncia *Verificado (MX)* con el propósito de no “perpetuar estereotipos, discursos de odio o discriminación”. *Estado Verifica (BR)*, por su parte, incluye “consideraciones” al “crear imágenes con IA generativa”. Al respecto se afirma: “evite indicaciones que puedan generar representaciones culturales inapropiadas (...) Elija descripciones que eviten reforzar sesgos o estereotipos, por ejemplo, asociar profesiones con un género o una etnia en particular”.

Funciones autorizadas con uso de la IAG

Al analizar en qué funciones está permitido el uso de la IAG, con supervisión humana, la cuantificación aporta datos que permiten observar consensos y diferencias entre las organizaciones estudiadas.

Para clasificar los usos se tomó como referencia el [listado que publica Verificado \(MX\)](#), dado que es el que registra mayor precisión y agrupa las funciones en cinco categorías, de acuerdo a la fase del proceso de producción involucrada. En los casos en los cuales se registraron tareas no contempladas en la mencionada clasificación, estas fueron incorporadas al listado original.

El uso de la IAG en el “Proceso de verificación” es la categoría que registra mayores coincidencias entre las organizaciones.

- › **69%** autoriza el uso de esta tecnología en el [“análisis de patrones en gran-](#)

des volúmenes de datos”.

- › **61%** su asistencia para detectar **“contenido potencialmente falso”**.
- › **61%** la **“transcripción de audios y videos” a “formato de texto”**. *Fast Check (CL)*, por ejemplo, lo aplica en “entrevistas”. Similar uso refiere *Estadão (BR)*. También para “discursos y conversaciones” aunque impone requisitos: “comparar la transcripción de la herramienta de IA con la grabación original”.
- › **53%** su colaboración en la **“búsqueda de información”** relativa a “temas y fuentes”. Mientras algunas organizaciones la aceptan sin brindar mayores detalles, otras imponen restricciones. Por ejemplo, *Ecuador Chequea (EC)* indica que “toda fuente sugerida por un sistema automatizado debe ser” localizada, confirmada y verificada ya que “los sistemas de IA pueden generar referencias inexistentes o imprecisas”. *Estadão (BR)*, por su parte, señala que “no está prohibido usar IA como herramienta de búsqueda”, sin embargo, “no se recomienda”. “Si se utiliza”, se afirma, “todos los resultados deben ser confirmados”.
- › **53%** la **“traducción de contenidos en idiomas extranjeros”**. En este caso *Estadão (BR)* vuelve a ser la organización que más condiciones especifica: “el responsable” tiene que “dominar” ambos idiomas y la “traducción siempre debe compararse con el texto original para detectar posibles errores”.

El uso de la IAG en la “Producción de contenido” también muestra acuerdos, aunque con porcentajes más bajos:

- › **46%** habilita su uso para generar **“resúmenes de textos”**.
- › **46%** para **“correcciones de estilo, ortografía y gramática”**. En este caso algunas de las organizaciones, como *Chequeado (AR)* y *Verificado (MX)*, suelen mencionar que utilizan sus propios “manuales” como fuente para la IAG.
- › **38%** permite su asistencia en la **“generación de ideas para titulares”**. *Lupa (BR)* y *Estadão (BR)* indican que se busca la “optimización SEO”,

aumentando su visibilidad orgánica en buscadores.

- › **30%** la emplea en **“adaptaciones a diferentes formatos”**. *Chequeado (AR)* indica su uso en “generación experimental de narrativas, visualizaciones y formatos innovadores”. *Infodemia (SV)* realiza similar afirmación.
- › **23%** registran su intervención en la **“redacción de borradores iniciales” o “textos para redes sociales, comunicados de prensa o comunicación institucional”**.

La intervención de la IAG en el “Contenido audiovisual e ilustrativo” marca otro punto de interés, dado que algunas organizaciones son muy claras en condicionar su uso:

- › El **46%** permite utilizar esta tecnología para generar **“imágenes ilustrativas”, “no realistas” ni “informativas”**. En la política del Grupo Folha, que asume *UOL Confere (BR)*, se señala que “en el caso de imágenes, la IA solo puede utilizarse para ilustraciones”. Se aclara que “no puede publicarse contenido” que “imite fotografías”. *Cazadores de Fake News (VZ)* explica que “el uso de imágenes referenciales, generalmente de fantasía (...) forma parte de un estilo propio” que se usa de “forma ética y responsable”. Por su parte *Estadão (BR)* detalla que en el “contenido factual (noticias duras)” que involucra información sobre “política, economía, asuntos internacionales, ciudades y deportes” las creaciones con IAG “deben ser meramente ilustrativas, no realistas, de modo que no puedan confundirse con fotografías o videos reales”.
- › Solamente una de las organizaciones estudiadas contempla algún tipo de autorización para el uso de “imágenes realistas”. *Estadão (BR)* lo permite en “contenido no factual (noticias blandas). Cita como ejemplos temas de “gastronomía, bienestar, salud, estilo de vida, consumo, cultura y tecnología”. Se aclara que si bien las imágenes pueden tener un “carácter verosímil” no deben simular hechos reales. En publicidad, en

tanto, se señala que “el uso de IA es irrestricto”.

- › El **30%** habilita el uso de IA para **“mejorar la calidad técnica de imágenes”**. Desde *Ecuador Chequea (EC)* se indica que “la edición técnica de imágenes solo es admisible para fines de claridad (...) siempre que no altere el contenido factual”. *Fast Check (CL)* asume que “solo utilizará herramientas de IA para extender o modificar imágenes con fines estéticos”, por ejemplo, para sus “portadas del sitio web y redes sociales”. *Estadão (BR)* también permite el uso de IA en “apoyo técnico” para “corrección de píxeles, ajustes de textura e iluminación o coloreado de dibujos originales”.
- › **23%** incluye referencias específicas sobre la **“aplicación de la IAG en audios”**. *Ecuador Chequea* la admite si se la usa para “reducción de ruidos” y *Verificado (MX)* solo si se trata de una “edición básica para mejorar la calidad técnica”. *Chequeado (AR)* plantea un abordaje más amplio dado que incluye “generación de voces, efectos sonoros y música”.
- › Se encuentran porcentajes menores de uso de IAG para la **“creación de gráficos y visualizaciones de datos” (15%)** y para el **“subtitulado automático de videos” (7%)**.

En áreas de “Procesos internos” y en “Educación y capacitación”, la IAG es aún poco aplicada:

- › **23%** refiere utilizar la herramienta como soporte para **“análisis de métricas de audiencia y alcance”**.
- › Solo **15%** menciona su uso en **“automatización de tareas administrativas no sensibles”, “catalogación/personalización del contenido” o “gestión del sitio web”**.
- › La aplicación en educación todavía es escasa. El **23%** recurre a la IA para **“diseño de materiales didácticos sobre desinformación”**, **15%** para generar **“cuestionarios de evaluación”** y **7%** para el desarrollo de **“Ejercicios interactivos de alfabetización mediática”**.

Advertencias de uso de la IAG

Como se detalló antes, la necesidad de “supervisión humana” alcanzó el consenso máximo entre las organizaciones estudiadas, dado que todas la consideraron un requisito obligatorio. **Las “advertencias sobre el uso de la IAG” también alcanzaron el mismo nivel de acuerdo: en el 100% de las PUIAG se encuentran indicaciones al respecto.** En algunos casos son generales y en otros se incluyen hasta detalles del texto que debe contener la aclaración y su ubicación.

La “transparencia” es uno de los valores fundamentales que asumen las organizaciones y uno de los argumentos que sustentan la emisión de las políticas analizadas. La inclusión de advertencias sobre el uso de la IAG es, como se señala desde el Grupo Folha (*UOL Confere/BR*), una de las formas para “mantener la confianza pública”.

En el 69% de las PUIAG no solo se indica la advertencia de uso de tal tecnología sino que también se menciona que la aclaración debe ser “clara”, “visible”, “explícita” o de “fácil identificación”. En el 53% de los casos, además, se fija la ubicación de la etiqueta y/o se establece el texto que debe contener.

Por ejemplo, en *Infodemia (SV)* se señala que “se deberá indicar” el uso de la IA “en el cuerpo del texto principal” o en “la descripción de las publicaciones de redes sociales”. En *Estadão (BR)* se aclara que “las imágenes y videos generados por IA” deberán incluir el siguiente “aviso de texto en el título”: “Creado con IA/ (nombre de la herramienta de IA)”.

En *Ecuador Chequea (EC)* no se indica ubicación pero sí que la etiqueta debe contener información sobre el “tipo de herramienta”, la “función específica” y el proceso de revisión por parte del “equipo editorial”.

Otras organizaciones citan directamente las “fórmulas” que sus equipos deberán emplear. *Chequeado (AR)*, por ejemplo, diferencia contenidos audiovisuales de notas escritas. Para los primeros, aplicará “créditos, leyendas o marcas de agua”. Para las segundas el siguiente texto: “Utilizamos herramientas de inteligencia artificial para asistir en esta producción, siguiendo nuestros estándares editoriales. Todo el contenido fue revisado y verificado por el equipo de *Chequeado*”.

Verificado (MX), establece tres niveles de intervención con sus correspondientes leyendas. El primero comprende una “asistencia mínima” en la cual la IAG se utilizó para “búsqueda inicial de información y organización de datos”. En el segundo se alude a una “asistencia moderada” ya que se la aplicó para “transcripción, traducción y análisis preliminar”. El tercero se califica como “asistencia significativa” y comprende el “análisis de datos” o el “procesamiento de imágenes”. En todos los casos la leyenda incluye la mención de la revisión y validación por parte del equipo editorial. Esta organización también detalla el texto que debe acompañar al contenido audiovisual: “Imagen/Audio/Video generado por inteligencia artificial con fines únicamente ilustrativos”.

Correcciones de contenido producido con IAG

Todas las organizaciones integrantes de LatamChequea tienen un “método de corrección público”, dado que ese es uno de los requisitos para formar parte de la red. En este eje de la investigación lo que se evaluó es si las **PUIAG explicitaban algún procedimiento de corrección específico** más allá del que usan de forma general. En el **46% de los casos** estudiados se encontraron menciones.

Se destacan *Factchequeado (EE.UU.)* y *Estadão (BR)* por incluir en la propia PUIAG el contacto con el responsable de recibir “dudas, comentarios o consultas sobre el uso de la inteligencia artificial”. En la organización estadounidense, ade-

más de declarar que cuentan con “protocolos claros para corregir y comunicar errores”, se menciona el email de su “Cofundadora y CEO, Laura Zommer”. En el grupo de medios brasileño, se informa que el “Comité de IA” tiene “capacidad consultiva” y “se lo puede contactar”, por eso se incluye el correo electrónico.

Otras organizaciones mencionan en sus PUIAG que cuentan con procedimientos ante errores. En estos casos aluden a la política general de corrección o incluyen un vínculo a esa otra página del sitio web. *Chequeado (AR)* asegura que otorgará “la misma visibilidad que tuvo el (contenido) original” en caso de rectificación y enlaza con la “Política de Correcciones” del área de Medios. Allí, sí se encuentra el nombre y contacto de un responsable, el director Matías Di Santi. *Verificado (MX)* indica que si se “identifica un error causado por el uso de la IA” lo corregirá “inmediatamente” y “documentará el caso para mejorar los protocolos”. También menciona su “Política de Correcciones” aunque no redirige a ella. Similar es el caso de *Lupa (BR)* que alude a la existencia de un “formulario para preguntas o sugerencias sobre el tema” pero no ofrece el enlace directo.

Si bien no se alude en las PUIAG a Defensorías, Ouvidorias u Ombudsman, como mecanismos de vinculación con las audiencias y de mediación ante reclamos, resulta interesante mencionar que tres de las organizaciones estudiadas tienen en funciones o en planificación tales roles. El Grupo Folha (*UOL Confere/BR*) cuenta desde 1989 con el rol del “Ombudsman”, siendo el primer medio en América Latina en contar con tal mecanismo de autorregulación. La actual Ombudsman, Alexandra Moraes, ha dedicado varias columnas a analizar quejas por el uso de IA en el diario. *Aos Fatos (BR)* utiliza la denominación “Ouvidoria” (el nombre que en Brasil suelen tener las Defensorías) como canal oficial para hacerle llegar a la organización comentarios y correcciones. En tanto, *Ecuador Chequea (EC)* plantea en su Manual de Ética, como un objetivo a futuro, contar con un “Defensor del lector”. Define la función como un “mecanismo institucio-

nal orientado a fortalecer la rendición de cuentas, la transparencia y el diálogo crítico con la audiencia”. Cuenta con el antecedente de que su propio director, César Ricaurte, fue Defensor de la audiencia del canal de TV privado Ecuavisa en 2008 (Pauwels, 2015)⁷⁰.

Evaluación interna y externa de la PUIAG

No se encontraron referencias, en el período observado, a procedimientos de evaluación interna o externa acerca de la implementación y funcionamiento de tales normativas de autorregulación. La actualización del documento, que podría ser un indicador de reajustes, solo aparece mencionada en uno de los casos y tampoco se dan detalles de los motivos que produjeron cambios del texto original.

⁷⁰ Pauwels, F. (2015). Perfil profesional, obstáculos y desafíos de las Defensorías de las Audiencias [Ponencia]. Segundo Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias, Cartagena, Colombia. Disponible en [este enlace](#).

Síntesis de los hallazgos (resumen ejecutivo)

Primera Etapa: Relevamiento

- › **Casos y procedencia:** Si bien los “casos principales” constituyen una minoría (27%) dentro de los miembros de LatamChequea, se observa una progresiva adopción de PUIAG y también una diversificación en cuanto al origen (38%).
- › **Tipo de documento:** Los protocolos sobre el uso de la IAG se encuadran, dentro de los mecanismos de autorregulación, como “documentos éticos específicos”. La denominación que adoptan es diversa, aunque resulta más habitual encontrarlos identificados como “Políticas”, en consonancia con pronunciamientos previos de las organizaciones sobre otros temas.
- › **Accesibilidad en los sitios web:** La mayoría de las organizaciones (61%) destaca a las PUIAG como contenido independiente de otros, relevante y fácilmente accesible en sus sitios web (cabecera o pie de la página principal). Sin embargo, cuando se las incluye dentro de los códigos de ética o en la información institucional, pierden visibilidad.

Segunda Etapa: Análisis de contenido

Sobre las categorías estructurales:

- › **“Definición y objetivos de las PUIAG”:** Las PUIAG son concebidas como “principios” acerca del uso de la IAG, que contribuyen a ratificar el valor institucional de “transparencia” que las organizaciones integrantes de LatamChequea asumen, lo que supone un “compromiso” de “responsabilidad” editorial. Se espera que este posicionamiento repercuta en forma directa en la “calidad” y en términos generales en la “confianza” de las “audiencias”.
- › **“Proceso de elaboración”:** Las PUIAG incluyen escasas referencias al proceso de elaboración (fuentes, tiempos y jerarquía o procedencia del equipo redactor). Tales datos son complementarios pero suelen ser un aporte a la legiti-

dad de este tipo de documentos de autorregulación. Además, podrían constituir un marco de referencia para otras organizaciones de la red, acerca de cómo iniciar un proceso de discusión y elaboración.

- › **“Alcance, Mandato y Responsable de aplicación”:** Las PUIAG se conciben como directivas restringidas a los propios equipos de trabajo y de cumplimiento obligatorio (92%). Sin embargo, menos de la mitad explicita cuál es la autoridad que debe asegurar su observancia.
- › **“Actualización y Capacitación”:** Las PUIAG establecen en su mayoría (61%) una revisión de sus contenidos, aunque no suelen precisar plazos concretos. El avance tecnológico y las regulaciones que puedan surgir se invocan como los principales argumentos para posibles modificaciones de los documentos originales. La capacitación sobre la temática es considerada relevante (53%), queda reservada para el propio personal y se enuncia que incluye tanto la formación técnica como ética.

Sobre las categorías de fondo:

- › **“Definición de la IAG”:** En los protocolos se encuentra coincidencia en denominar a esta tecnología como una “herramienta” (92%) utilizada para lograr mayor “eficiencia” o “rapidez” en determinadas tareas del proceso editorial. Mientras algunos subrayan su rol de soporte, otros reconocen su potencia transformadora sobre la organización y los resultados del trabajo.
- › **“Rol humano”:** El 100% de las “políticas” señala la necesidad de supervisión humana ante productos elaborados con IAG. En particular, suelen ubicar la intervención antes de la “publicación” (69%). Se registran excepciones, siempre que incluyan advertencias claras de contenido automático generado por la IAG.
- › **“Peligros en el uso de la IAG”:** Se encuentran referencias directas, en algunos de los documentos, al impacto social, profesional e individual. Se enuncian preocupaciones sobre su uso para manipular información y su impacto en

el debate público democrático en general y en el periodismo en particular.

También sobre los errores factuales, los sesgos discriminatorios y el contenido engañoso presentado como real.

- › **“Derechos protegidos”:** En las “políticas” se encuentran coincidencias en la protección de tres tipos de derechos, que se perciben de alta vulnerabilidad ante el uso de la IAG: privacidad/datos personales (76%), propiedad intelectual/derechos de autor (69%) e igualdad/no discriminación (69%). Para ampararlos, se autoimponen restricciones sobre los dos primeros y se garantiza la supervisión para evitar los sesgos que impactan sobre el tercero.
- › **“Funciones autorizadas”:** El uso de la IAG es más frecuente en tareas relacionadas con el proceso de verificación (búsqueda de información, análisis de grandes volúmenes de datos, transcripción y traducción). En la producción de contenido se la asocia a tareas de soporte (correcciones, resúmenes, titulares y adaptaciones a otros formatos). En el audiovisual, casi la mitad (46%) condiciona su uso a fines “ilustrativos”, “no realistas ni informativos”.
- › **“Advertencias de uso”:** Es la segunda categoría de mayor consenso. El 100% de las organizaciones indica la necesidad de incluir leyendas, etiquetas o marcas que adviertan sobre el uso de la IAG. Entre ellas, la mayoría (69%) agrega que las indicaciones deben ser claras y visibles y otras (53%) detallan además dónde deben ubicarse.
- › **“Correcciones”:** Si bien todas las organizaciones de LatamChequea deben tener un “método de corrección público” porque es requisito para integrar la red, solo el 46% incluyó explícitamente en su PUIAG la mención de este procedimiento.
- › **“Evaluación interna y externa”:** No se encontraron referencias públicas que permitan analizar esta categoría. En algunos de los casos, la adopción de las PUIAG es muy reciente, en otras ha transcurrido un año o más y se podrían contar con indicadores sobre resultados de la implementación. Se considera que tal eje podría ser estudiado mediante entrevistas o encuestas.

Cierre y recomendaciones

Los hallazgos de esta investigación permiten esbozar un punto de partida. Dado que se trata de un tema en constante evolución, se considera fundamental el seguimiento de los casos estudiados, la actualización de los datos consignados y, sobre todo, el registro y estudio comparativo de otras “Políticas de uso de la Inteligencia Artificial Generativa” que puedan surgir dentro de LatamChequea.

En función de los objetivos generales y específicos de esta investigación, se identificaron las organizaciones que han sido pioneras dentro de la red. También se sistematizaron las normativas, comparando los protocolos públicos tanto en cuestiones de fondo (significados compartidos) como de forma (estructura).

Como pudo observarse, el máximo consenso se encontró en el **rol humano**. Se lo considera indispensable para auditar la producción de la IAG, a la que se concibe como una herramienta complementaria que contribuye a una mayor eficiencia. La necesidad de **transparencia en el uso** de tal tecnología (mediante leyendas, etiquetas o marcas de advertencia) fue la otra categoría que alcanzó un acuerdo total. Los derechos especialmente protegidos (datos personales, propiedad intelectual y no discriminación) también mostraron altos porcentajes de aprobación. En cuanto a las funciones autorizadas con IAG prevalece el uso en el proceso de verificación, en especial en el análisis de grandes volúmenes de datos. En el plano de la producción se suelen autorizar tareas de soporte, como adaptaciones y correcciones del contenido original. Sin embargo, se incluyen especiales restricciones sobre el material audiovisual con el propósito de evitar confusiones o engaños.

En cuanto a los mecanismos que dan estructura a las PUIAG, se encuentran consensos en considerarlas de observancia obligatoria para los propios equipos, a los cuales se comprometen en seguir capacitando. Dada la constante evolución de la IAG se suele estipular la actualización de los documentos originales y procedimientos de corrección ante posibles errores o incumplimientos de las normativas enunciadas.

En síntesis, la situación que se describe en LatamChequea sobre las PUIAG coincide con el panorama general que se observa en los medios de la región, donde solo algunos han formalizado y publicado normas específicas. Tal estado de la cuestión puede ser un indicador para estimular, dentro de la red, los intercambios entre aquellas organizaciones que ya han formalizado sus PUIAG y las que aún no han avanzado en igual sentido. Asimismo, sería importante reforzar su difusión, lo que constituiría un aporte a la alfabetización mediática y digital que las organizaciones integrantes de LatamChequea promueven.

En tal sentido, se sugieren las siguientes acciones:

- › Articular la información sobre las organizaciones que tienen PUIAG. Se podría publicar en el sitio web de la red un mapa similar al que impulsó, en 2019 sobre los códigos de ética, la Fundación Gabo⁷¹, incluyendo actualizaciones periódicas y enlaces a los documentos.
- › Organizar un conversatorio entre integrantes de la red para compartir experiencias de elaboración y aplicación de las PUIAG. Puede constituir un estímulo para que otros lo repliquen.
- › Releva, mediante un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, qué organizaciones tienen PUIAG no públicas (solo para uso interno) y cuales tienen ese tipo de protocolos en proceso de elaboración. Identificar referentes directos de este tema en cada organización,

⁷¹ Fundación Gabo (2019, 29 de octubre). Mapa recopila códigos éticos de Iberoamérica. Disponible en [este enlace](#).

necesidad de asesoramiento, resistencias internas, dudas sobre la implementación, entre otros.

- › Registrar consensos mínimos y básicos entre las organizaciones sobre el uso de la IAG, con la perspectiva de contar a futuro con una “Política” propia de LatamChequea. El compromiso grupal puede fortalecer a este tipo de documentos, dado que el principal obstáculo de los mecanismos de autorregulación no suele ser su elaboración sino su aplicación en entornos cambiantes.
- › Promover el conocimiento por parte de las audiencias sobre estos protocolos y estimular el envío de consultas u observaciones sobre el uso de la IAG. Es interesante el llamado a la acción que plantea, por ejemplo, *The Conversation* en “¿Qué opina la gente sobre el uso de la IA en el periodismo?” (Abrams, 2026, 19 de febrero)⁷². El artículo cierra con el subtítulo “Tu rol como miembro de la audiencia”. Allí señala: “Si no estás seguro si los periodistas utilizan la IA o cómo lo hacen, busca una política del medio de comunicación sobre este tema. Si no la encuentras, pide al medio que la desarrolle y la publique. Considera apoyar a los medios de comunicación que utilizan la IA para complementar y respaldar, en lugar de reemplazar, el trabajo humano”.
- › Estimular la capacitación sobre las PUIAG no solo en los equipos, sino también en quienes se están formando en las universidades en áreas de comunicación y en disciplinas afines a esta temática. La Red latinoamericana de formadores en fact-checking, impulsada por el programa de Educación de Chequeado (AR) y en la que participan diversas organizaciones miembros de LatamChequea, reúne a 95 universidades de 8 países, por lo que puede constituir un ámbito ideal para promover el conocimiento y el análisis de los mecanismos de autorregulación sobre la IAG.

⁷² Abrams, J. (2025, 16 de febrero). Generative AI is already being used in journalism – here's how people feel about it. *The Conversation*. Disponible en [este enlace](#).

Bibliografía

Políticas de uso de la Inteligencia Artificial Generativa

- Agencia Lupa (2025, 30 de enero). *Diretrizes para o uso de Inteligência artificial na Lupa*. Disponible en [este enlace](#).
- Animal Político (s.f.). *Del uso de la IA*. Disponible en [este enlace](#).
- Aos Fatos (2024, 7 de julio). Política IA. Disponible en [este enlace](#).
- BBC (2025). *Guidance: The use of Artificial Intelligence*. Disponible en [este enlace](#).
- Canyissa, J. (2026, 22 de febrero). Cómo se utiliza la inteligencia artificial en La Vanguardia. *La Vanguardia*. Disponible en [este enlace](#).
- Cazadores de Fake News (s.f.). *Manifiesto IA*. Disponible en [este enlace](#).
- Chequeado (2025, 30 de septiembre). *Política de uso de IA en Chequeado*. Disponible en [este enlace](#).
- Ecuador Chequea (2026, febrero). *Uso ético de la tecnología y de la Inteligencia Artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- elDiario.es (2025). *elDiario.es presenta sus principios sobre Inteligencia Artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- Factchequeado (2026, 26 de enero). *Política de uso de IA en Factchequeado*. Disponible en [este enlace](#).
- Fast Check (2025, 1 de febrero). *Política de Inteligencia Artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- Folha de S. Paulo (2024, 26 de marzo). *Inteligência artificial. Manual de Redação – Conduta*. Disponible en [este enlace](#).
- Globo (2024). *O uso de inteligência artificial no jornalismo*. Grupo Globo. Disponible en [este enlace](#).
- Grupo Estado/Estadão (2023, 22 de noviembre). *Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas*. Disponi-

ble en [este enlace](#).

- Infodemia (s.f.). *Principios éticos del uso de IA en Infodemia*. Disponible en [este enlace](#).
- Le Monde (2024). *Le Monde adopte une charte sur l'intelligence artificielle*. Disponible en [este enlace](#).
- National Public Radio (s.f.). *Special Section: Generative Artificial Intelligence*. Disponible en [este enlace](#).
- NPO (s.f.). *AI in the media*. Disponible en [este enlace](#).
- Projeto Comprova (s.f.) *Inteligência artificial: o básico para jornalistas*. Disponible en [este enlace](#).
- Reuters (s. f.). *Reuters and AI*. Disponible en [este enlace](#).
- The Associated Press (2023). *Standards around generative AI*. Disponible en [este enlace](#).
- The Guardian (2026). *The Guardian's approach to generative AI*. Disponible en [este enlace](#).
- The New York Times (2024). *Principles for using generative Generative AI in The Times's Newsroom*. Disponible en [este enlace](#).
- The Washington Post (2025). *AI Police*. Disponible en [este enlace](#).
- UOL Confere (2021, 21 de julio). *Conheça o método de checagem e a política de correções do UOL Confere*. Disponible en [este enlace](#).
- Verificado (2025, diciembre). *Política de uso de Inteligencia Artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- Wired (2023). *How Wired will use Generative AI tools*. Disponible en [este enlace](#).

Bibliografía general

- Abrams, J. (2025, 16 de febrero). *Generative AI is already being used in journalism – here's how people feel about it. The Conversation*. Disponible en [este enlace](#).

- Alcaide, S. (2025, 19 de enero). *El uso de la Inteligencia Artificial en El País. El País*. Disponible en [este enlace](#).
- Alcaide, S. (2025, 26 de diciembre). *La defensora del lector responde a las dudas y críticas más frecuentes de los lectores y oyentes de El País en 2025. El País*. Disponible en [este enlace](#).
- Ariño, B. (Defensora). (2026, 29 de mayo). *RTVE Responde [Programa de televisión]*. RTVE. Disponible en [este enlace](#).
- Asociación de Entidades Periodísticas Argentina (2025). *La IA reconfigura el ecosistema informativo argentino*. Disponible en [este enlace](#).
- Aznar, H. (2004, enero). *Los códigos de ética no sirven. Sala de Prensa*. Disponible en [este enlace](#).
- Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona. Paidós.
- Banegas Flores, N. (2025). *Bolivia: entusiasmo y escepticismo ante la IA. En: Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica. Experiencias editoriales en medios de comunicación. Data Factory*. Disponible en [este enlace](#).
- Becerra, M., Ibarreche, X., De Toma, S. y Martínez, C. (2024). *Usos del Chat-GPT en la prensa escrita de Argentina: resultados preliminares sobre frecuencia, productividad y desafíos para la tarea periodística*. Cátedra Políticas Políticas de la Convergencia. Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Disponible en [este enlace](#).
- Becker, K. B., Simon, F. M., & Crum, C. (2025). *Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations*. Digital Journalism. Disponible en [este enlace](#).
- Biderman Nuñez, J. (2020, 11 de diciembre). *Un código actualizado desde la participación y el consenso*. FOPEA. Disponible en [este enlace](#).
- Cavanna, J. (2025). *Indicadores para producir información confiable. En: Guía sobre desinformación (pp. 24-25) Fundación Gabo*. Disponible en [este enlace](#).

- Carro, R. (2025). Brasil. En: *Digital News Report*. Reuters Institute. Disponible en [este enlace](#).
- Cools, H., & Diakopoulos, N. (2023). 'Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that'. Nieman Lab. Disponible en [este enlace](#).
- Cortez Mejía, N. (2024, 29 de mayo). *El Tiempo presenta dos nuevos servicios basados en inteligencia artificial*. *El Tiempo*. Disponible en [este enlace](#).
- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2016). *Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética*. Disponible en [este enlace](#).
- Diakopoulos, N., Cools, H., Li, C., Helberger, N., Kung, E., Rinehar, A. (2024). *Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem*. Associated Press. Disponible en [este enlace](#).
- Federación Internacional de Periodistas (2025). *Recomendaciones sobre el uso de la Inteligencia Artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- Fundación Gabo (2019, 29 de octubre). *Mapa recopila códigos éticos de Iberoamérica*. Disponible en [este enlace](#).
- Goodson, K., Barchas-Lichtenstein, J., Jens, S., Wright, E., & Gandhi, U. (2025). *Journalism's New Frontier: An Analysis of Global AI Policy Proposals and Their Impacts on Journalism*. Center for News, Technology & Innovation. Disponible en [este enlace](#).
- Herrán, M. y Restrepo, J. (1991). *Ética para periodistas*. Bogotá. Tercer Mundo Editores.
- Holubowicz, G. (2023). *Chartes éthiques de l'IA dans les Rédactions*. Disponible en [este enlace](#).
- Knight Center (2026, 8 de abril). *Desde la Redacción: cómo la IA está cambiando el periodismo* [Video]. YouTube. Disponible en [este enlace](#).

- LatamChequea (s.f.). *Documento sistema de gobernanza en LatamChequea*. [Archivo PDF] Disponible en [este enlace](#).
- Local Media Association, Local Media Foundation y Trusting News. (2025). *News consumers cautious and unsure about AI use in news*. Disponible en [este enlace](#).
- Moraes, A. (2026, 8 de febrero). *Androides sonham com leitores de carne e osso*. *Folha de San Pablo*. Disponible en [este enlace](#).
- Mahadevan, A., McBride, K., Elkins, T., Orsi, J. y Allen, B. (2024). *Poynter Summit on AI, Ethics & Journalism: Putting audience and ethics first*. Poynter. Disponible en [este enlace](#).
- Nigro, P. y Grillo, M. (1998). *Los manuales de estilo en los diarios argentinos*. Universidad Austral. Disponible en [este enlace](#).
- Ocampo Ponce, M. (2002). Los códigos deontológicos. Historia, necesidad, realizaciones y límites. En Agejas, J. y Serrano Ojeda, F. (Eds.): *Ética de la Comunicación y de la Información*. Barcelona. Ariel.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. Disponible en [este enlace](#).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2024). *Challenging systematic prejudices: an investigation into bias against women and girls in large language models*. Disponible en [este enlace](#).
- Pauwels, F. (2012). *Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina. La pedagogía del derecho a la Información* [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio Institucional. Disponible en [este enlace](#).
- Pauwels, F. (2015). *Perfil profesional, obstáculos y desafíos de las Defensorías de las Audiencias* [Ponencia]. Segundo Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias, Cartagena, Colombia. Disponible en [este enlace](#).

- Pérez, A. (Defensora). (2025, 16 de agosto). *Doble vía* [Programa de televisión]. Caracol Televisión. Disponible en [este enlace](#).
- Punto Convergente (2025, 17 de noviembre). *Ética y medios: ¿las audiencias deben saber si se usa IA en las noticias?* Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica Argentina. Disponible en [este enlace](#).
- Radcliffe, D. (2025). *Journalism in the AI Era: Opportunities and Challenges in the Global South*. Thompson Reuters Foundation. Disponible en [este enlace](#).
- Relatoría Especial de las Naciones Unidas para la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión. (2025). *Declaración conjunta sobre la IA, la libertad de expresión y la libertad de los medios de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas. Disponible en [este enlace](#).
- Sánchez García, P., Díez Gracia, A., Mayorga, I. R., & Jerónimo, P. (2025). Media Self-Regulation in the Use of AI: Limitation of Multimodal Generative Content and Ethical Commitments to Transparency and Verification. *Journalism and Media*, 6, Article 1. Disponible en [este enlace](#).
- Simon, F., Nielsen, R., Fletcher, R. (2025). *Generative AI and news report 2025: How people think about AI's role in journalism and society*. Reuters Institute. Disponible en [este enlace](#).
- Televisión Pública de Argentina (2021). *Código de ética de la TV Pública*. Disponible en [este enlace](#).
- Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En: *Les Médias: Experiences, recherches actuelles, applications*. IREP.
- Zuazo, N. (2023). *Periodismo e inteligencia artificial en América Latina*. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. UNESCO. Disponible en [este enlace](#).

Informe

Análisis de las Políticas de uso de la Inteligencia Artificial Generativa (PUIAG) en organizaciones integrantes de LatamChequea



Financiado por
la Unión Europea

jun
20
26

LATAM  CHEQUEA

in 