



# APUNTES PARA UNA REGULACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**SiPreBA**  
Sindicato de Prensa de Buenos Aires

**FATPREN**  
Federación Argentina de Trabajadores de Prensa

 **HEINRICH BÖLL STIFTUNG**  
**BUENOS AIRES**  
Argentina | Uruguay | Paraguay

Con la participación de:

 **CIPREN**

 **APSF**  
Asociación de Prensa de Santa Fe

 **SINDICATO DE  
PRENSA  
BONAERENSE**

 **SINDICATO  
DE PRENSA  
LA PLATA**

 **ATPREC**  
Asociación de Trabajadores de Prensa y Comunicación de San Juan

 **SPT**  
Sindicato de Prensa de Tucumán

 **SIPRENSAL**  
Sindicato de Prensa de Salta

 **SUPREN**  
Sindicato de Prensa de San Juan

 **SINDICATO  
DE PRENSA  
NEUQUÉN**

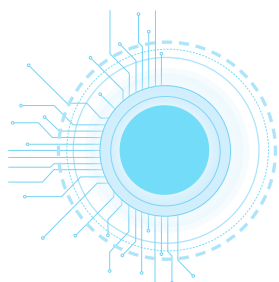
 **SIPREN**

 **SiCoM LaR**  
Sindicato de Prensa de La Rioja

**Abril 2026**

# ÍNDICE

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>EDITORIAL</b>                                                                                                        | 3  |
| La inteligencia artificial en tiempos de modernización laboral ....                                                     | 3  |
| <i>Por Agustín Lecchi</i>                                                                                               |    |
| <b>INFORME</b>                                                                                                          | 6  |
| Resumen ejecutivo .....                                                                                                 | 6  |
| Adopción creciente e irreversible de la IA .....                                                                        | 7  |
| La política de las empresas: capacitaciones, directivas y conflictos .....                                              | 8  |
| Mayor productividad, percepciones y riesgos .....                                                                       | 10 |
| <b>APORTES DE ESPECIALISTAS</b>                                                                                         | 15 |
| Inteligencia artificial y periodismo: la urgencia de una agenda sindical .....                                          | 15 |
| <i>Por Zuliana Lainez</i>                                                                                               |    |
| Inteligencia artificial, periodismo y disputa de sentidos.<br>Una mirada desde la universidad pública .....             | 17 |
| <i>Por Larisa Kejval y Luis Lozano</i>                                                                                  |    |
| El sentido no se automatiza (el periodismo en tiempos de IA) ....                                                       | 19 |
| <i>Por Rosaura Audi</i>                                                                                                 |    |
| La Inteligencia Artificial en el trabajo periodístico: algunas<br>líneas para pensar sobre su regulación y control..... | 21 |
| <i>Por Guillermo Gianibelli</i>                                                                                         |    |
| <b>ANEXO</b>                                                                                                            | 26 |
| <b>STAFF</b>                                                                                                            | 34 |



# EDITORIAL

## La inteligencia artificial en tiempos de modernización laboral

Por **Agustín Lecchi\***

La inteligencia artificial irrumpió como un terremoto en el periodismo que alteró las formas de producir, publicar y circular noticias. Su impacto tiene un doble efecto. Por un lado, redefine la forma de ejercer el oficio, con la amenaza latente de la eliminación masiva de puestos de trabajo. Por otro, plantea el peligro para la sociedad que recibe esas noticias, sin si quiera saber si hay un ser humano o una máquina detrás de la producción informativa.

El problema, por lo tanto, no es sólo laboral. Pone en cuestión, además, la ética con la que se producen las noticias y el derecho de la sociedad a saber de qué se trata.

En los últimos años, desde los sindicatos de prensa hemos realizado propuestas para regular el uso de la inteligencia artificial en los medios. Sin embargo, esas iniciativas no encontraron eco por parte de las empresas ni de las cámaras del sector. En paralelo, algunas representaciones empresariales, como la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), han publicado informes en los que expresan preocupación por la reconfiguración del ecosistema informativo argentino a partir de estas tecnologías.

El informe que presentamos junto a la Fundación Heinrich Böll, producido con la colaboración de sindicatos de la FATPREN, busca aportar evidencia a esta discusión. A partir de entrevistas a periodistas de 30 medios de CABA, La Plata, Tandil, Río Negro, Neuquén, Córdoba, Santa Fe, Salta, La Pampa, Santiago del Estero, La Rioja y San Juan, este trabajo analiza, desde una perspectiva cualitativa, cómo el uso de distintas herramientas de inteligencia artificial está modificando las rutinas de producción, las condiciones laborales y el producto periodístico.

En las respuestas aparece, de forma evidente, el doble discurso de las empresas. Mientras expresan públicamente preocupación por el impacto de la IA en las democracias y el acceso a la información, por lo general, no capacitan a sus trabajadores (o lo hacen de manera deficiente), no promueven qué tipo de herramientas utilizar ni establecen criterios o políticas claras para su adopción.

En cambio, a la mayoría de los medios solo les interesa aumentar los niveles de productividad y multiplicar la producción periodística en la misma cantidad de tiempo de trabajo. En algún caso extremo, llegan a otorgar aumentos salariales a partir de esos mismos índices de productividad.

Este dossier, además, se completa con columnas de opinión de compañeros y compañeras que realizan reflexiones valiosas a la discusión. Zuliana Lainez, vicepresidenta de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), analiza los esfuerzos de los sindicatos de prensa en distintos países para regular el uso de la IA. Guillermo Gianibelli, asesor legal de SiPreBA y FATPREN, hace algunos aportes normativos y conceptuales. También incorporan su mirada Rosaura Audi, periodista y especialista en estrategias para la regulación de inteligencia artificial y subsecretaria de Medios Públicos entre 2021 y 2023; y Larisa Kejval y Luis Lozano, quienes desde la dirección de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA nos aportan sus enfoques a esta problemática.

## Regular para defender el trabajo y el periodismo

Con una batería de extorsiones a gobernadores, senadores y diputados, y un amplio despliegue represivo en las calles, la reforma laboral que acaba de votar el Congreso de la Nación fue denominada oficialmente como “Ley de Modernización Laboral”. Una ley que respaldaron diversas cámaras empresariales, entre ellas, las que representan a los medios de comunicación.

La derogación de la ley de Teletrabajo -por mencionar sólo un artículo de la reforma- evidenció cuán lejos estaban de cualquier intento de modernizar las regulaciones laborales. En realidad, el objetivo era solo eliminar derechos. Si hay algo que se expandió de manera masiva desde la pandemia, fue justamente esta modalidad.

Algo similar ocurrió en el debate sobre el Estatuto del Periodista Profesional (Ley 12.908). Finalmente, el Congreso resolvió otorgar una prórroga hasta el 31 de diciembre, a partir del planteo de muchos senadores y diputados que quieren promover un debate serio para la actualización de nuestro marco normativo.



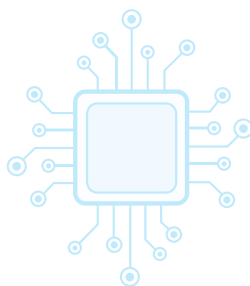
## La inteligencia artificial en tiempos de modernización laboral 5

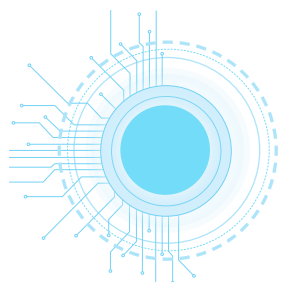
El Estatuto del Periodista tiene casi un siglo de historia. Fue establecido como decreto en 1944, y convertido ley en 1946. Es cierto que algunos artículos puntuales ya no tenían utilidad. Pero en lo esencial seguía vigente: la defensa de la libertad de expresión, del derecho a la información de toda la sociedad y la protección imprescindible del empleo de las y los periodistas. A las empresas de medios solo les interesa disponer de la fuerza de trabajo de periodistas de manera arbitraria, y obligarnos a trabajar a destajo y sin ninguna protección.

Mientras publicamos este dossier, los trabajadores y trabajadoras de prensa de todo el país, con nuestras organizaciones sindicales y profesionales, estamos debatiendo propuestas de un nuevo Estatuto que preserve los principios que otorga la Ley 12.908 e incorpore institutos que permitan enfrentar los desafíos actuales del periodismo. La incorporación de un apartado sobre inteligencia artificial es ineludible en esta tarea.

En los próximos meses, sabremos si las empresas de medios y sus advertencias sobre el impacto de la inteligencia artificial y el valor de las noticias se reducirán a informes, papers y declaraciones principistas impotentes, mientras, como vienen demostrando, combaten cualquier regulación. Este dossier busca ser un aporte a un debate honesto. De nuestra parte, estamos obligados a intentarlo todo para proteger nuestro trabajo.

\*Secretario general de SiPreBA





# INFORME

## Resumen ejecutivo

El siguiente informe presenta una aproximación sobre el impacto de la inteligencia artificial en el periodismo, basado en una encuesta focalizada realizada a trabajadores y trabajadoras de prensa entre fines de 2025 y comienzos de 2026. La mayoría son redactores de prensa escrita de secciones de “breaking” o últimas noticias, aunque también hay de otras secciones y ramas.

Los datos revelan que, aunque una gran parte utiliza herramientas de IA como ChatGPT para agilizar tareas simples de desgrabación y edición, persiste una preocupación por la **pérdida de identidad autoral y la falta de rigor informativo**. Los resultados exponen que **la productividad aumentó, obligando a muchos redactores a generar más contenidos en la misma cantidad de tiempo**. Ahora bien, aunque se intensificó la carga laboral, el impacto de este mayor volumen de producción en la subjetividad de las y los periodistas es heterogéneo, con una mezcla de sentimientos positivos y negativos. Una parte de la muestra ve la IA como una oportunidad de crecimiento.

A pesar de una adaptación tecnológica fluida en todas las franjas etarias, los testimonios advierten sobre aspectos que impactan en la calidad informativa, como **la homogeneización de los textos, el riesgo de desinformación o errores por la falta de supervisión humana adecuada**. La recolección también expone que existe una demanda urgente de capacitación específica para el uso de estas tecnologías y la necesidad de un abordaje ético para enfrentar la precarización y el posible reemplazo de tareas creativas por procesos automatizados.

El relevamiento traza un escenario donde la IA ha logrado una adopción masiva y diaria, pero ha generado una paradoja de productividad: **se produce más cantidad, pero no se trabaja menos tiempo, y existe una notable falta de políticas claras y capacitación por parte de las empresas de medios**.

### Conclusiones

→ El 85% de los encuestados dice usar la IA, al menos, una vez por semana.

- El 40% de estos está produciendo más que antes con el uso de las herramientas de IA.
- 1 de cada 4 considera que su jornada de trabajo es más intensa que antes del uso de la IA.
- El 43% de quienes usan IA cree que la calidad de su trabajo mejoró.
- El 90% evalúa un déficit de capacitación en las empresas con la IA.
- Al menos 7 de cada 10 personas usuarias de IA considera que no hay políticas claras en el uso de la IA en las empresas.
- 1 de cada 3 trabajadores aseguró que la empresa define qué IA utilizar.
- El 35% respondió que hubo discusiones en las empresas por el uso de la IA.
- El 35% afirma que el uso de IA le estaría afectando emocionalmente.

## Adopción creciente e irreversible de la IA

La muestra refleja que 71,4% del total de encuestados se identifican como masculinos, mientras que el 28,6% lo hace con el género femenino, una muestra proporcional, en mayor o menor medida, a la población total del gremio. Casi la mitad (47,3%) tienen de 46 años en adelante, un 40% entre 31 y 45 años y un 12,7% menos de 30.

La gran mayoría **-el 71,4%- respondió que utiliza alguna herramienta o software de Inteligencia Artificial (IA) para hacer tareas periodísticas**. Esto es transversal al género y a la edad. El dato confirma la tendencia irreversiblemente creciente del uso de esta tecnología en la actividad de prensa. Si bien se trató de una base más amplia (más de mil casos) y más heterogénea, se puede contrastar con lo obtenido en la última encuesta socioeconómica realizada en 2025 por el sindicato, en la que el 47% afirmaba usar la IA para trabajar. Eso ya significaba un crecimiento exponencial en los últimos dos años, ya que el porcentaje había sido de 8,4% en 2023 y de 23% en 2024. Esta progresión se verifica en las respuestas de esta muestra: **mientras que el 7,7% asegura usar la IA desde hace más de dos años, el 89,7% la utiliza de ese tiempo a esta parte (entre ellos, el 64,1% empezó en el último año).**

→ **el 71,4% respondió que utiliza alguna herramienta o software de Inteligencia Artificial (IA) para hacer tareas periodísticas.**

Al momento de realizada la encuesta, la herramienta de IA más utilizada resultó ChatGPT, seguida de Gemini. Más atrás aparecieron Copilot, TorboScribe y NotebookLM, Grok, TranscribeMe, AI Studio, Hailuoai, Runwayml, Klingai, Deevia, Suno, Elevenlabs, Leonardo, Canva. Respecto a quién decide qué herramienta de IA utilizar, la mayoría **-el 65%- asegura ser él mismo**, mientras que el resto sostuvo que es la empresa en la que trabaja la que la determina.

Respecto a la frecuencia, **el 60% la usa diariamente y el 25% semanalmente. Solo un 12,5% aseguró usarla “rara vez”.**

La desgrabación es una de las principales utilidades que le encuentran a la IA. A continuación se enumeran las tareas más requeridas según los porcentajes de respuestas:

- ↳ Desgrabación de audios/entrevistas: 53,6%
- ↳ Resumir información que luego se utilizará en la producción periodística: 32,1%
- ↳ Edición de contenidos periodísticos (títulos, corrección, revisión): 26,8%
- ↳ Redacción automatizada de notas cortas: 21,4%
- ↳ Verificación de datos y otro tipo de contenidos: 19,6%
- ↳ Transcripción de subtítulos: 17,9%
- ↳ Búsqueda de información o imágenes: 17,9%
- ↳ Generar ilustraciones, videos y/o otros contenidos audiovisuales: 14,3%
- ↳ Preparación de guiones y/o contenidos para columnas: 12,5%
- ↳ Mejorar/editar ilustraciones y/o videos: 10,7%
- ↳ Redacción automatizada de notas largas: 5,4%
- ↳ Elaboración de datos agregados y visualizaciones: 3,6%
- ↳ Moderación y distribución en redes sociales: 3,6%
- ↳ Distribuir y/o asignar contenidos periodísticos: 1,8%

**De entre quienes usan IA, solo el 12,5% paga por ese servicio.** En esos casos, son ellos quienes deciden cuál utilizar. Dentro de este grupo, en su mayoría pagan ChatGPT.

↳ **De entre quienes usan IA, solo el 12,5% paga por ese servicio.**

## La política de las empresas: capacitaciones, directivas y conflictos

Del total de respondentes, el 35% afirmó que la empresa en la que trabaja realizó capacitaciones para el correcto uso de IA entre trabajadores/as. Además un 23,7% sostuvo que su empresa desarrolló una herramienta propia. En el 18,6% de los casos, sin embargo, las empresas no efectuaron ningún tipo de medida respecto a esta tecnología.

A continuación se transcriben algunas interesantes respuestas -anónimas- obtenidas ante la pregunta de si la empresa adoptó algún tipo de evaluación de rendimiento y productividad a partir de la adopción de la IA (pregunta que tuvo un 75% de respuestas negativas):

- ↳ Editorial Río Negro: “Había un programa vinculado a la IA que se basaba en las notas que tenían más tiempo de lectura o más vistos, se obtenía un bono.

Periodistas recurrían a la IA para encontrar títulos gancheros para obtener ese bono”.

- ↳ El Litoral: “La empresa intentó una absurda revisión mensual de notas firmadas por mes. Los graves errores de diseño de ese trabajo (no consideró por ejemplo los días de licencia o descanso) hizo que ese lamentable criterio cuantitativo no se utilice.”
- ↳ Agencia Noticias Argentinas: “Hay evaluaciones mensuales al respecto”.
- ↳ Infobae: “La empresa implementó, sobre todo para redactores, una tabla de productividad”

↳ **Infobae:**  
**“La empresa implementó, sobre todo para redactores, una tabla de productividad”**

Respecto puntualmente a las capacitaciones, apenas el 10% está conforme con el nivel de capacitaciones ofrecidas por las empresas. Un 45% dice que no recibió ninguna, y otro porcentaje similar dice que hubo, pero que no fueron suficientes. Por lo tanto, el 90% de los encuestados evalúa que hay un déficit en la capacitación en las empresas.

↳ **El 90% de los encuestados evalúa que hay un déficit en la capacitación en las empresas.**

Sobre qué propuestas de formación concretas serían necesarias para garantizar que las y los trabajadores de prensa puedan adaptarse y aprovechar la IA, entre las respuestas aparecieron: cómo escribir un prompt; talleres de escritura y chequeo de datos obtenidos por la misma IA; identificar mecanismos a través de los cuales se pueda acceder a datos e identificar dónde la IA “inventa” y dónde “busca”; entender cómo funciona la IA; cursos de herramientas de IA específicas, tips sobre IA; formación en aspectos éticos; IA aplicada

al periodismo de investigación; marcar ciertos lineamientos generales para “controlar” su uso.

**El 77,5% afirmó que la empresa no definió restricciones o recomendaciones en el uso de IA.** A su vez, el 70% sostuvo que no existen políticas internas claras sobre la supervisión humana de los procesos y contenidos generados por la IA en la redacción. Entre el 30% restante, las principales políticas que sí existen se vinculan con la revisión por parte de editores y editoras.

Ante la pregunta sobre la existencia de contenidos periodísticos que se automaticen casi por completo sin intervención humana en las em-

↳ **El 77,5% afirmó que la empresa no definió restricciones o recomendaciones en el uso de IA.**

presas, las respuestas señalan principalmente información de servicio y contenidos estructurados, como el clima, el horóscopo, los resultados de la lotería o la quiniela, cotizaciones económicas y resultados deportivos. También se mencionan cables de agencias de noticias, gacetillas o comunicados de prensa, así como notas generadas a partir de datos preexistentes (por ejemplo, crónicas deportivas automáticas o coberturas minuto a minuto). En algunos medios de comunicación se indicó además la automatización de transcripciones de audio a texto y la producción de notas SEO o contenidos breves derivados de otros medios.

**En otro orden, un 35% de los encuestados afirmó haber tenido algún problema o discusión con su equipo de trabajo por la implementación de la IA.** Los motivos tuvieron que ver con falta de chequeo, errores, criterios editoriales, debate en torno al rol del redactor, nuevas generaciones propensas a IA y las viejas camadas más resistentes y rigurosas, y discusiones en torno al reemplazo del trabajo humano por IA.

Este comentario de un trabajador de El Litoral expresa algunos de los principales puntos de discusión sobre una tendencia a la reconversión del perfil profesional de un segmento de comunicadores de la prensa escrita:

“La redacción vive un conflicto silencioso entre quienes tenemos la formación clásica, tradicional, de los periodistas de medios gráficos, y quienes han comenzado su labor hace poco tiempo y solo han trabajado para cargar notas en la web. En este último grupo es natural usar IA sin medida, y en ocasiones cuando se les señalan los límites de esa herramienta hay alguna discusión. El problema se ha hecho mayor porque la empresa promociona un perfil profesional en el que es lo mismo ser un “productor de contenidos” que un periodista. Además, en el lugar de trabajo convive la redacción tradicional con publicistas y asesores de cuentas publicitarias, que no pocas veces son quienes toman a su cargo la creación de contenidos de apariencia periodística.”

→ **La empresa promociona un perfil profesional en el que es lo mismo ser un “productor de contenidos” que un periodista.**

## Mayor productividad, percepciones y riesgos

Entre las ventajas y desventajas que encuentran los trabajadores y trabajadoras de prensa, lo referido al tiempo se ubica entre las principales respuestas. Si bien se destaca como positivo el ahorro de tiempo de producción de notas y desgrabación, entre las desventajas se destaca el acortamiento de tiempo para pensar las notas, ya que las empresas se amparan en que la IA resuelve todo más rápido.

**En términos de cantidad, el 40% de los encuestados manifestó estar produ-**

ciendo más (32,5% un poco más y un 7,5% mucho más contenidos). Esto se relaciona con lo anterior, en el sentido de que el acortamiento de los tiempos de producción tiende a asociarse más a un aumento de la productividad más que a una disminución del tiempo de trabajo.

En la mayoría de las respuestas se advierte que la cantidad de notas se duplicó. A continuación se transcriben algunas de las respuestas respecto a la cantidad que se hacían antes y las que se hacen ahora:

En la mayoría de las respuestas se advierte que la cantidad de notas se duplicó.

- “Antes 3 o 4 notas. Ahora 6 o 7”
- “Antes hacía 10 notas en dos días. Hoy llego a hacerlas en una sola jornada”
- “Antes hacía 10 y ahora 15”
- “Antes hacía 2 y ahora hago 4”
- “Antes hacía 3 notas y ahora además armo postes para redes”
- “Antes hacía una y ahora dos”
- “Hacía 3, hago 6”
- “Se duplica la cantidad”.

Respecto a la intensidad laboral, sólo un 15% de los encuestados afirmó que trabaja menos que antes de usar la IA, mientras casi el doble -un 27,5%-

trabaja más y el 57% trabaja igual que antes. Lo cual refuerza la hipótesis de que hay una intensificación del trabajo y una mayor productividad en igual tiempo de trabajo, más que una reducción de la intensidad laboral.

Al respecto, entre quienes afirmaron que están produciendo más, en términos de intensidad, un 37,5% siente que trabaja más, otro 37,5% que trabaja igual que antes y un 25% que trabaja menos que antes. El 37,5% que trabaja y produce más podría ser graficado en la metáfora de la “cinta de correr”, donde al ser más rápidos para producir, se les asignan más tareas, aumentando la intensidad.

En términos de calidad, el 43,6% cree que la calidad de su trabajo mejoró, un porcentaje igual que no cambió y un 12,8% que la IA empeoró su producción. Quienes afirman que mejoró o sigue igual suelen hacer hincapié en el chequeo de datos. A continuación, algunas respuestas:

- “Creo que automatizó el trabajo y se perdió la identidad de las plumas periódicas”.

Del 40% de los encuestados manifestó estar produciendo más.

Un 27,5% trabaja más y el 57% trabaja igual que antes.

- ↳ “Creo que le quita (por más obvio que sea) personalidad. Sin embargo, al hacer Breaking News tampoco es algo sustancial, pero empeora ligeramente la calidad de mis notas”.
- ↳ “Creo que mejoró la precisión de los datos que utilizo. Y la velocidad con que llego a ellos. Las búsquedas con IA son superiores a “googlear”. Por otra parte, en tanto no es mi asistente de redacción, cuido mis capacidades lectoescritoras. Me niego a ser reemplazado aunque ese sea más de una vez el mensaje que nos llega a los periodistas. Incluso, soterradamente, la conducción de la empresa periodística nos ha hecho saber a los redactores con más años que con IA puede reemplazarnos, aunque los resultados sean mediocres”.
- ↳ “Empeoró la calidad de lo que se produce porque los textos son todos iguales, chatos, sin el sello propio del redactor. Sumado a que a veces incluye datos erróneos que no son chequeados por los redactores”.
- ↳ “En mi caso mejoró ya que la usó como editora de mis notas. Los editores humanos están desbordados (como todos) y muchas veces fallan y publican notas con errores de tipeo o concordancia.”
- ↳ “Es lo mismo. Yo no uso ninguna herramienta de inteligencia artificial para escribir, a lo sumo transcribo audios o chequeo datos”.
- ↳ “Intenté usar IA para hacer algunos guiones y no me sirvió. Empeoró mi trabajo porque me hizo perder tiempo”.
- ↳ “Mejóro la rapidez y la emergencia que siempre pugnan los contenidos digitales, empeoró la profundidad porque como la inmediatez es lo que “vende”, ahorrar tiempo permite al menos buscar antecedentes”.
- ↳ “Mejóro porque da otra perspectiva y originalidad en algunas tareas”.
- ↳ “Mejóro relativamente. Los artículos los sigo redactando a mi manera: chequeo de fuentes/información + mantengo mi estilo”.
- ↳ “Mejóro ya que encuentro más rápido la información. Sin embargo, siempre chequeo que la info a la que haya accedido sea la correcta ya que a veces tira fruta”.
- ↳ “No lo modificó mucho, por un lado simplificó procesos y por otro me convirtió en editor de IA. Se podría decir que, en algún punto, “achancha”, pero en la tarea de subir contenido minuto a minuto, que no requiere demasiada profundidad, sirve. Sí habilitó a la empresa a exigir más cantidad de notas”.

↳ **Creo que automatizó el trabajo y se perdió la identidad de las plumas periodísticas**

Entre los respondentes, la percepción predominante respecto a la incorporación de herramientas de IA en la rutina laboral es de adaptación relativamente positiva, aunque combinada con algunas tensiones sobre el trabajo profesional. **Un 35,7% señaló que se adaptó con facilidad al uso de estas herramientas y un 25% considera**

↳ **Un 35,7% señaló que se adaptó con facilidad al uso de estas herramientas**

**que está aprendiendo una nueva habilidad valiosa.** Sin embargo, también aparecen percepciones vinculadas a cambios en las exigencias del trabajo: **un 21,4% afirmó que el uso de IA requiere más atención y concentración, y el mismo porcentaje señaló que siente que está utilizando menos sus propios conocimientos y habilidades profesionales.** También se registran algunas percepciones más críticas: el 13,6% siente que su trabajo es menos valioso que antes y el 11,9% que tiene menor control

sobre su trabajo. Otros efectos señalados incluyen mayor presión laboral (8,9%), mayor control sobre el trabajo (8,9%), y la percepción de que el trabajo se volvió más repetitivo (7,1%).

Respecto a las implicancias emocionales, **un 35% de las personas encuestadas afirma que el uso de la inteligencia artificial le afecta o posiblemente le afecta emocionalmente.** Entre quienes señalan este impacto, las respuestas cualitativas mencionan principalmente preocupaciones vinculadas a la precarización del trabajo, el posible reemplazo de periodistas por herramientas de IA, la sensación de inseguridad laboral, la presión para utilizar estas herramientas en la rutina de trabajo y una percepción de desvalorización del trabajo personal y profesional.

En cuanto a los principales riesgos profesionales y éticos derivados del uso de la IA, la falta de rigurosidad y chequeo, la desinformación y la posibilidad de incurrir en las *fake news* son las principales preocupaciones. También aparecen la pérdida de puestos de trabajo, la descualificación, la pérdida de creatividad, la homogeneización del estilo, el reemplazo de noticias por contenidos y violación de derecho de autor. Algunas de las respuestas:

- ↳ “A nivel profesional, la pérdida de conocimientos y capacidades intelectuales por apoyarse en exceso en una IA”.
- ↳ “El periodismo está en peligro. Cada vez más el género es mero contenido y su creación está a cargo de la IA o de personas indistintamente”
- ↳ “Es más fácil refritar notas de otros medios, empeora la habilidad de redactar, reitero, podría precarizar aún más a los redactores”
- ↳ “Que la gente confíe en la herramienta y no haga un chequeo”
- ↳ “Publicar cosas que no son noticia sólo para aumentar volumen de producción”

Por último, cabe destacar que las respuestas reflejan una percepción de que el sindicalismo de prensa no está tomando el tema sobre el uso de la IA, o bien se desconoce. En algunos casos, puede ser un déficit de comunicación o una falta de intervención gremial. Apenas hubo dos respuestas que expresaron conocimiento de que hubo acciones para intervenir en conflictos o problemas relacionados con la adopción de la IA en los espacios de trabajo.

## Ficha técnica

**Universo de estudio:** Trabajadores y trabajadoras de prensa de los principales medios de comunicación de Argentina.

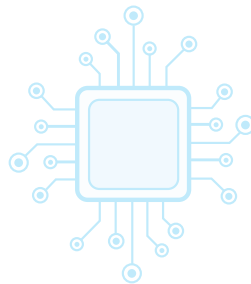
**Tipo de muestreo:** No probabilístico, intencional. Se buscó proporcionalidad en variables como el género y criterios de relevancia de las empresas seleccionadas.

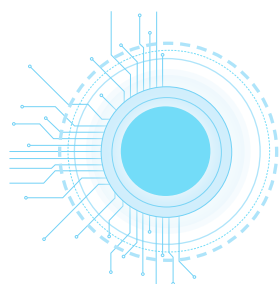
**Técnica de recolección:** encuesta online autoadministrada. El relevamiento se estructuró a través de un cuestionario con preguntas cerradas, escalas de opinión y campos abiertos para respuestas cualitativas, dividido en secciones temáticas.

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tamaño de la muestra:** 56 casos válidos.

**Período de relevamiento:** desde el 10 de diciembre de 2025 al 23 de enero de 2026.





# APORTES DE ESPECIALISTAS

## Inteligencia artificial y periodismo: la urgencia de una agenda sindical

Por **Zuliana Lainez\***

La irrupción manifiesta de la inteligencia artificial en las redacciones del mundo ha abierto uno de los debates más profundos que enfrenta el periodismo en décadas. Sería un grave error abordarlo solo en la dimensión de “innovación tecnológica”. Constituye un cambio estructural que impacta directamente en el empleo, en las condiciones de trabajo y en la propia integridad ética de nuestra actividad.

Hoy se producen textos automatizados, resumen noticias, analizan datos o adaptan contenidos a los hábitos de consumo de las audiencias. Sin embargo, detrás de esa aparente modernización se esconde un interrogante central: ¿quién controla estas tecnologías y con qué reglas?

La discusión sobre la IA debe poner el acento en la disputa de poder.

El grupo de expertos sobre inteligencia artificial de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha advertido que el uso no regulado de estas herramientas puede provocar el debilitamiento de los fundamentos del periodismo, deteriorar la calidad y la fiabilidad de la información, aumentar la precariedad laboral y generar pérdidas masivas de puestos de trabajo en el sector.

En un contexto global donde el empleo periodístico ya se encuentra bajo presión por la crisis del modelo económico de los medios, la inteligencia artificial puede convertirse en una nueva herramienta de sustitución del trabajo humano si su implementación queda exclusivamente en manos de las empresas tecnológicas y de los conglomerados mediáticos.

Ante ese contexto opaco, el movimiento sindical internacional del sector ha colocado este tema en el centro de su agenda política. La diversidad de mociones que se debatirán en el Congreso Mundial del centenario de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), que se celebrará en mayo próximo, en París, refleja hasta qué punto la preocupación atraviesa a sindicatos de todas las regiones del mundo.

Una de las propuestas centrales, presentada por el Comité Ejecutivo de la FIP, advierte que el desarrollo de la inteligencia artificial no puede quedar bajo el control de un pequeño grupo de gigantes tecnológicos y plantea que todo contenido que se publique como periodismo debe seguir siendo responsabilidad de periodistas cualificados y no de sistemas automatizados.

Desde América Latina, la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe (FEPALC) ha puesto el acento en la relación entre inteligencia artificial, plataformas digitales y explotación laboral. Su moción denuncia que las grandes plataformas se apropian de contenidos periodísticos sin consentimiento ni remuneración adecuada, violando derechos de autor y agravando la crisis económica de los medios.

La dimensión económica del problema también aparece en la propuesta presentada por el Sindicato Nacional de Periodistas (NUJ) del Reino Unido e Irlanda, que plantea la necesidad de aplicar un impuesto extraordinario a los gigantes tecnológicos para financiar el ecosistema informativo, fortalecer las redacciones y proteger el empleo periodístico.

Desde el sur de Europa, el Sindicato de Periodistas de Portugal (SDJ) alerta sobre el impacto que ya están teniendo las herramientas de inteligencia artificial en la sostenibilidad de los medios. Según su diagnóstico, las búsquedas basadas en IA y los resúmenes automatizados están provocando caídas de entre el 30 % y el 50% en el tráfico hacia los sitios de noticias, con consecuencias financieras devastadoras para muchas redacciones.

El debate no se limita al plano económico o laboral. También incorpora una dimensión de derechos humanos y de igualdad de género. La Federación Africana de Periodistas (FAJ) ha presentado una moción que alerta sobre el crecimiento del acoso digital contra mujeres periodistas, incluyendo ataques coordinados, campañas de desprestigio y deepfakes generados mediante inteligencia artificial.

Otra de las preocupaciones que atraviesan el debate es la sostenibilidad del propio periodismo. También impulsada desde Portugal, una moción plantea que la información debe ser reconocida como un bien público y que los gobiernos deben desarrollar mecanismos de financiación para garantizar la supervivencia de los medios y el ejercicio del periodismo independiente.

En conjunto, estas propuestas muestran que el debate sobre inteligencia artificial y periodismo es global. Europa, África y América Latina coinciden en una alerta: si el desarrollo tecnológico avanza sin regulación democrática ni participación de los trabajadores, el resultado puede ser una mayor concentración del poder informativo y una profundización de la precariedad laboral en las redacciones.

El periodismo no puede ponerse de espaldas a la tecnología. Pero tampoco puede



aceptar pasivamente un modelo en el que algoritmos entrenados con contenidos periodísticos terminan desplazando a quienes producen información.

Por eso, para el movimiento sindical de las y los periodistas, la discusión sobre inteligencia artificial no es únicamente tecnológica. Es, ante todo, una discusión sobre derechos laborales, propiedad intelectual, democracia y el futuro mismo del periodismo. La advertencia no es menor, en contextos donde el periodismo atraviesa desde hace años procesos de concentración mediática, cierre de medios y profunda precarización laboral. Por ello la regulación y la negociación colectiva serán la clave para generar equilibrios y garantizar un real ejercicio de derechos y libertades no solo de quienes tienen responsabilidad de informar, sino también de quienes quieren ejercitar plenamente su derecho a estar informados.

\*Vicepresidenta de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) y de la Federación de Periodistas para América Latina y el Caribe (FEPALC), secretaria general de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

## Inteligencia artificial, periodismo y disputa de sentidos. Una mirada desde la universidad pública

Por **Larisa Kejval\*** y **Luis Lozano\*\***

La expansión reciente de la inteligencia artificial (IA) se convirtió en un vector de transformación acelerada del orden económico, político y cultural, que atraviesa múltiples aspectos de la vida cotidiana. Este despliegue no es lineal ni armónico: la concentración de recursos computacionales, las nuevas amenazas a la estabilidad democrática y las dificultades para orientar estos sistemas al beneficio colectivo colocan a la IA en el centro de una agenda que exige pensar implicancias económicas, geopolíticas y culturales, así como marcos regulatorios compatibles con los derechos humanos y los principios democráticos.

En los medios de comunicación, la irrupción de la IA generativa parece ampliar la caja de herramientas del oficio, a la vez que reabre preguntas clásicas de las ciencias sociales sobre poder, trabajo y producción de sentido. En pocos años, estas tecnologías pasaron de horizonte experimental a infraestructuras ubicuas de edi-

ción, investigación, traducción y circulación de contenidos en redacciones de todo el mundo, en un escenario signado por asimetrías de acceso, brechas idiomáticas y sesgos de entrenamiento que tienden a privilegiar fuentes y perspectivas del Norte global. El modo en que nombramos, utilizamos y regulamos la IA en el campo periodístico constituye, por tanto, una disputa por las condiciones de producción de la realidad socialmente compartida.

Desde la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA partimos de una caracterización que entiende a la IA como metatecnología que reconfigura relaciones sociales y económicas, políticas de la información, circulación de datos y modos de habitar el espacio público. Su despliegue masivo interpela a las ciencias sociales y obliga a comprender cómo estos sistemas articulan con regímenes de visibilidad, modelos de negocio de plataformas, diseños regulatorios y disputas por la definición legítima de lo verdadero, lo relevante y lo creíble en sociedades profundamente mediatizadas. En el periodismo, las mismas aplicaciones que prometen eficiencia y nuevas formas de narrar también son percibidas como amenazas a la creatividad, al pensamiento crítico y a las ya deterioradas condiciones laborales.

Los datos recogidos en este informe muestran un escenario de adopción extendida de IA en redacciones, pero sin políticas claras, con escasas instancias de formación y un uso más bien autodidacta. Los riesgos evidentes tienen que ver con profundizar brechas entre medios con mayor equipamiento técnico y otros más rezagados, aumentar la desinformación y la automatización acrítica y concentrar aún más el poder informacional.

Esta investigación se inscribe en una trayectoria institucional que, en los últimos años, buscó construir un abordaje situado, interdisciplinario y público sobre IA, comunicación y democracia desde la universidad pública. Desde esta perspectiva, en 2025, la Carrera impulsó la creación del Observatorio de Tecnologías, Sociedad y Ecosistemas Digitales, concebido como dispositivo permanente de investigación, monitoreo y articulación de proyectos sobre IA, plataformas y comunicación digital para toda la Facultad. El Observatorio releva tendencias en el uso de IA en medios y entornos educativos, produce informes y recomendaciones para actores públicos y sociales y acompaña debates sobre regulación, derechos y gobernanza de tecnologías digitales, y así consolida un marco estable para proyectos de investigación aplicada como el que aquí se presenta.

Esta política institucional se vincula con iniciativas interuniversitarias que amplían la escala del trabajo académico y de incidencia. En particular, desde fines del año pasado, la Carrera participa del proyecto “Transformación Digital y gobernanza ética de la Inteligencia Artificial en las Industrias Culturales de Argentina”, en conjunto con la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y seleccionado en la Convocatoria de Proyectos de Desarrollo Tecnológico y Social de la Alianza Universitaria Argentina-Europea para la Transformación Digital, con financiamiento de la Unión Europea. El proyecto, que cuenta entre sus socios al SiPreBA, busca



construir un ecosistema de colaboración intersectorial para elaborar parámetros comunes de transformación digital ética y sostenible en las industrias culturales —incluye periodismo, radiodifusión, publicidad y edición— mediante investigación participativa, relevamiento de antecedentes internacionales y mesas intersectoriales que, a lo largo de 2026, procurarán co-crear un acuerdo social sobre el uso de IA compatible con derechos humanos, democracia y Estado de derecho. Además, prevé instancias de capacitación específicas para actores de estas industrias.

El proyecto del que forma parte esta publicación se integra así en una política orientada a pensar la IA desde la universidad pública, con vocación de incidencia en debates profesionales, regulatorios y ciudadanos. Al estudiar el impacto de la inteligencia artificial en las rutinas de producción periodística, la investigación aporta evidencia empírica y marcos teórico-metodológicos que permiten ir más allá de discursos tecnofílicos o catastrofistas y abordar estas tecnologías como un problema de política comunicacional, organización del trabajo y disputa por los sentidos.

En diálogo con investigaciones recientes sobre IA, industrias culturales y periodismo, nos interesa interrogar quién define los estándares de uso responsable, qué modelos de regulación se ponen en juego y cómo se negocian, en las prácticas concretas, las fronteras entre automatización y trabajo humano, entre eficiencia y precarización, entre innovación y concentración de poder informacional. En esos cruces, creemos, es posible atisbar tanto el futuro del trabajo en los medios de comunicación, como también las condiciones bajo las cuales nuestras sociedades podrán seguir produciendo sentidos compartidos sobre lo real en la era de la inteligencia artificial.

\* Dra. en Ciencias Sociales, directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

\*\* Dr. en Derechos Humanos, docente e investigador, Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

## El sentido no se automatiza (el periodismo en tiempos de IA)

Por **Rosaura Audi\***

El mundo está dado vuelta. Todo aquello que alguna vez pensamos como parte de la ciencia ficción se va convirtiendo en realidad. La incertidumbre llegó con la

pandemia y se volvió parte de la escena cotidiana. La inteligencia artificial aceleró ese proceso de una manera inimaginable, a la que se sumarán otros avances tecnológicos. ¿Cómo podría el periodismo quedar exento de semejante revolución? Imposible. Su redefinición es indispensable.

No obstante, es difícil hablar de cualquier proceso de transformación del periodismo si tomamos el oficio corporativamente y en forma generalizada. Porque es una obviedad necesaria remarcar que el sistema mediático (que hoy contempla lo tradicional y lo digital de manera explosiva) es parte del problema que enfrenta este oficio a la hora de plantear cuál es su rol en un mundo automatizado y plagado de desinformación.

Este artículo empezó a escribirse, llamativamente, en una libreta, con un lápiz. Y mientras sucedía, ese hecho marcaba con claridad que el artículo solo haría referencia al impacto de la IA en relación con el periodismo que aún cree en verdades capaces de cambiar el mundo para el bien de las mayorías.

Del otro —del que opera, del que se vende, del que le da lo mismo aliarse con el poder, destruir la dignidad de individuos, ser servil a narrativas maniqueas o llenar espacios con nada— no es necesario hablar: no dará ninguna lucha por la libertad de expresión, por la soberanía cognitiva y, por ende, por una democracia robusta.

La inteligencia artificial es infraestructura. Está presente en el periodismo como en todos los rubros y ámbitos de la vida, con distintos ritmos y profundidades. Los cambios ya se hacen visibles en los medios y en los propios trabajadores de prensa, en un contexto de precarización laboral y de aumento desmesurado de deepfakes, fake news y estafas cibernéticas.

Ser periodista en tiempos de inteligencia artificial implica asumir un nuevo escenario: convivir con sistemas capaces de producir textos, imágenes y videos en segundos, pero también con tecnologías que amplifican la desinformación, distorsionan hechos y erosionan la confianza pública. La IA obliga, entonces, a redefinir el oficio y a decidir qué parte del proceso será reemplazada y cuál será indelegable a una máquina.

Esa redefinición empieza por lo esencial: la palabra y el sentido. El valor de la palabra es el punto de apoyo del periodismo que decide seguir tomando las riendas de la responsabilidad social. El sentido, en tanto, no se automatiza, se construye, se disputa.

Hay una alerta que no puede soslayarse: todo lo que hoy produce la IA en términos informativos necesita supervisión humana. Cuando los modelos de lenguaje hacen búsquedas, muchas veces aparece información no del todo real o directamente surgen alucinaciones. Cuando ofrecen textuales, frecuentemente entregan interpretaciones encasilladas como citas. Cuando corrigen, a veces cambian palabras u oraciones que no representan el material original o modifican el sentido.

Frente a eso, el único antídoto es el peso de la palabra y, por tanto, el rol del que decide qué dar y qué no dar; del que sale a la calle a indagar, a consultar a las fuentes (las dos campanas), a protegerlas, a ser riguroso con los hechos. En definitiva, se

trata de volver a apelar a ese periodismo admirado, que alguna vez movió los pisos del poder y que creyó profundamente en lo que hacía.

Ahí está la verdadera lucha: el valor del contenido real y verificado. Porque, además, todos los modelos de lenguaje y todas las plataformas necesitarán, en algún porcentaje, veracidad.

Hoy ese valor lo acumulan quienes ponen el cuerpo para exponer represiones y quienes investigan las mentiras de gobiernos que utilizan aparatos comunicacionales —digitales y tradicionales— para manipular cognitivamente a las sociedades y debilitar la democracia.

¿Y por qué decimos que la veracidad tendrá valor? Porque el daño de la desinformación no se limita a inducir falsedades. Produce algo todavía más profundo: si todo puede ser falso, las audiencias empiezan a dudar de todo. La verdad deja de existir como horizonte. La confianza se pierde. Y sin confianza, el individuo deja de juzgar racionalmente, se repliega en la incertidumbre o directamente deja de prestar atención.

Ahí aparece un concepto clave: la soberanía cognitiva. La capacidad de pensar, discernir y decidir sin ser colonizados por narrativas fabricadas, algoritmos opacos o campañas sistemáticas de manipulación.

En tiempos de inteligencia artificial, el periodismo no es una profesión en retirada. Es una trinchera. Y la palabra, usada con rigor, dignidad y compromiso social, volverá a ser una herramienta de transformación.

\*Periodista, especialista en estrategias para la regulación de inteligencia artificial y subsecretaria de Medios Públicos entre 2021 y 2023.

## La Inteligencia Artificial en el trabajo periodístico: algunas líneas para pensar sobre su regulación y control

Por **Guillermo Gianibelli\***

1.- La historia del Siglo XX puede leerse de muchas maneras. Una, en lo que aquí importa, como la disputa respecto de las formas de regulación de la actividad humana y, sobre todo, del sistema que se consolidó en términos económicos y sociales,

el capitalismo. Esa disputa, a su vez, puede referírsela a dos lógicas bien definidas: la regulación por el mercado, es decir por los agentes económicos que ejercen el poder en tanto capacidad económica para ello; o el afán de limitación de dicho poder a través de instancias colectivas o comunitarias de ejercicio. El poder económico, entonces, o de las empresas que lo representan, y el poder político, de contestación, sea por las organizaciones de trabajadores, los sindicatos, y la representación del conjunto social, a través de las vías democráticas. En suma, una discusión entre humanos o, incluso en la creciente influencia de las corporaciones, éstas de algún modo representativas de capital por acciones de las que disponen también humanos.

La tecnología, en dicho período, también se mantuvo en consonancia con las características de las relaciones económicas y políticas, y por tanto en la misma lógica de su regulación por los actores colectivos, la negociación colectiva y los convenios, o por el Estado como articulador general, de manera que los incrementos de productividad inducidas por aquella, redundaban en algún reparto más allá de los titulares de los medios de producción, en los que dicha tecnología era decisiva.

La irrupción de los medios digitales, pero sustantivamente, de la IA, como patrón de acumulación de información y una inusitada capacidad de procesamiento y dominio, en este siglo, y en particular en la segunda mitad de esta década, está poniendo en cuestión ya no sólo la regulación, a través de aquellos métodos característicos del siglo precedente, sino sobre quién lo hace o, más temible aún, si las personas humanas serán capaces de controlar, dominar, o establecer algún último modo de regulación sobre las máquinas.

Sin embargo, al menos en esta etapa, y todavía, hay evidencias de disputas por dicho control. Unas, hegemonizadas por las propias tecnológicas, por ahora impulsoras y titulares de dichos dispositivos tecnológicos, que avanzan sin freno y sin control y propugnan, en su mayor parte, escapar a cualquier regulación. Otras, tibia y lentamente, por algunos Estados, que intentan, siempre tardía y escasamente, regular algunos efectos de la IA. En el medio, algunas discusiones sobre la forma en que cabe apropiarse de su uso, son más alarmantes aún. En efecto, hasta ahora la mayor parte del desarrollo de la IA ha sido exclusivamente por decisión y ejecución de las propias empresas que dominan ese territorio y que han venido controlando internet a través de las aplicaciones de las que ellas mismas son creadoras y titulares. Como es natural, y parte de la geopolítica actual, Europa ha venido intentando regular, de manera estatal (en su ámbito supranacional regional), y así, por caso, en materia laboral la legislación sobre trabajo a través de plataformas, la Directiva (UE) 2024/2831 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2024, siguiendo en buena medida a la anterior española (Real Decreto 9/21, conocido como “Ley Riders”), y en relación a la IA, de modo general, la Ley de Inteligencia Artificial, aprobada en junio de 2024, sobre algunos de cuyos puntos volveremos más abajo. A dicha versión más propia de establecimiento de límites, en especial relativos a los derechos de las personas, se contrapone el actual enfrentamiento entre el gobierno de Estados Unidos y uno de los grandes laboratorios de IA, la empresa

Anthropic, vinculado a su aplicación en actividades bélicas sin decisión humana y para vigilancia masiva interna, en el que cierta autolimitación pretendidamente impuesta por Anthropic fue determinante para la rescisión del contrato existente y su sanción como riesgo para la “seguridad nacional”. En fin, como señala Acemoglu, aún estamos a tiempo de “bifurcar”, es decir evitar que las decisiones sobre IA recaigan en unos pocos – los que dominan dicha tecnología – y volverla a la sociedad, para que sus instituciones, democráticamente, definan su rumbo y, sobre todo, como se regulan sus efectos sobre las personas.

El trabajo periodístico, prematuramente, está siendo afectado por la IA, en mayor medida que otras profesiones y, por ello, es más urgente responder algunas preguntas: ¿regularemos la IA o será ella misma la que, como agente, se autorregule?; ¿la regulación externa provendrá de los actores colectivos y del proceso democrático o de las propias empresas tecnológicas que se regularán así mismas?; ¿qué instrumentos de regulación y para qué fines, en el caso del trabajo humano, tanto para su protección, como para la redistribución de la productividad asociada a la IA? Algunas de estas preguntas, desde los trabajadores se responden fácilmente. Sobre algunas de las otras un esbozo de respuestas seguidamente.

2.- Las características del trabajo periodístico han estado íntimamente ligadas a algunos atributos del trabajador de prensa, que indisolublemente se refieren a su ejercicio y profesión. El uso del intelecto, de la capacidad de investigar, compendiar, razonar y transmitir, de trabajar a partir y para la información, por parte del periodista, es su cometido cotidiano y, a la vez, el cumplimiento de una función pública vital para la democracia. Por lo tanto la autoría del trabajo intelectual y la independencia para su realización se constituyen en elementos sustantivos del periodista. Sin el reconocimiento de ese derecho de autor, más allá de su apropiación por las empresas periodísticas, en sus diversas formas, y de la autonomía para el desarrollo de su trabajo, no existe ni se salvaguarda la libertad de expresión y comunicación, inscrita en su código genético y en su consideración para la comunidad.

La IA, como antes, aunque en mucho menor medida las tecnologías de la información y comunicación (TIC), ponen en jaque al trabajo periodístico en su núcleo de reconocimiento y, a la vez, en la forma en que se desarrolla. Pero, más grave y determinante, en su propia perdurabilidad. Por lo tanto una primer respuesta se impone: regulación de la IA por métodos heterónomos, provistos por las instituciones estatales y, no menos importante, por los actores colectivos más directamente implicados.

Dejarlo en manos del mercado, es decir, en este caso, de los detentadores de las propias empresas tecnológicas que dominan la IA, sólo puede llevar a una extrema mercantilización de dicha tecnología, a una pauperización creciente de los sectores sociales que de ellas dependan o que resulten víctimas directas en tanto reemplazo de trabajo, y a un uso, finalmente, sin ningún control de humanos.

Despejada esta primera cuestión, afirmados en la ineludible regulación externa de la IA, veamos cuáles pueden ser los instrumentos y sobre qué aspectos, referidos

específicamente al trabajo periodístico.

3.- La primera definición, central, se corresponde con la insoslayable supervisión humana de la IA. Así, por ejemplo, lo establece la Ley de IA de la Unión Europea (art. 14), ya indicada, al señalar que los sistemas de IA de alto riesgo se diseñarán y desarrollarán de modo que puedan ser vigilados de manera efectiva por personas físicas durante el período que estén en uso, lo que incluye dotarlos de herramientas de interfaz humano-máquina adecuadas. El objetivo de la supervisión humana será prevenir o reducir al mínimo los riesgos para la salud, la seguridad o los derechos fundamentales. Es justamente, por la posibilidad que queden concernidos los derechos de autoría y de libertad de expresión que, en el trabajo periodístico, la supervisión humana en el uso de la IA corresponderá al periodista y aquella sólo podrá ser un instrumento, como siempre lo ha sido la tecnología, de su trabajo.

De igual modo, cuando la IA opere de manera algorítmica para discernir el contenido, la redacción, el formato y los destinatarios de información, de manera de evitar cualquier sesgo discriminatorio o violatorio de derechos humanos, es preciso determinar algunos otros recaudos como la revisión por humanos de manera que los trabajadores de prensa o sus representantes tengan derecho a obtener una explicación sobre el uso y alcances de la plataforma digital de trabajo, en relación con cualquier decisión adoptada o respaldada por un sistema automatizado de toma de decisiones, de manera transparente e inteligible, garantizando que las plataformas digitales de trabajo proporcionen a las personas que realizan trabajo en plataformas acceso a una persona de contacto designada por la plataforma digital de trabajo para debatir y aclarar los hechos, circunstancias y motivos que hayan conducido a la decisión (Directiva (UE) 2024/2831 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2024, relativa a la mejora de las condiciones laborales en el trabajo en plataformas). A su vez, en relación al algoritmo, el trabajador de prensa o sus representantes, deberán ser informados por la empresa de los parámetros, reglas e instrucciones en los que se basan los algoritmos o sistemas de inteligencia artificial que afectan a la toma de decisiones que pueden incidir en las condiciones de trabajo, el acceso y mantenimiento del empleo, incluida la elaboración de perfiles (Real Decreto 9/21, de España, ya citado).

En relación al trabajo periodístico y su autoría, en tanto los modelos de entrenamiento de IA son los mayores acaparadores de la información que del mismo se desprende, violando todo derecho de propiedad intelectual y negando a la propia fuente, se imponen reglas que establezcan dicho reconocimiento y, en especial, habilitar, de modo colectivo, la discusión sobre las ganancias de dicha apropiación, en el que las empresas empleadoras de periodistas, o ellos mismos representados por sus organizaciones sindicales, deben discutir el salario que encierra dicho aprovechamiento y como se distribuye, en un símil de negociación colectiva de salarios mediatos.

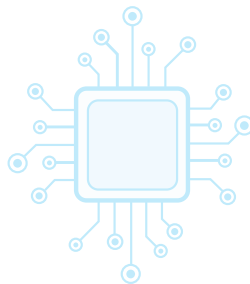
De manera semejante, en tanto la incorporación de IA redundará en afectaciones del empleo de trabajo periodístico, deben establecerse ámbitos en que se garanticen

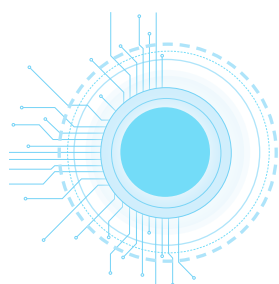
los derechos de información, consulta, codecisión y/o negociación, de orden también colectivos, con participación de las entidades sindicales representativas de los trabajadores y trabajadoras de prensa.

Siendo que el impacto de la IA, como otros procesos tecnológicos semejantes, es de carácter global, sin perjuicio de las instancias nacionales, necesarias y urgentes, deberán articularse mecanismos de carácter internacional, en el que, por ejemplo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), al igual que con la norma de regulación del trabajo en plataformas, en instancia de segunda revisión en la próxima conferencia internacional, deberá incluir en su agenda con carácter prioritario.

Todo ello en la inteligencia que, en materia de tecnología, como en cualquier otra, regulación es sinónimo de derechos, los que siempre se constituyen en la ley del más débil frente al poderoso.

\*Abogado de SIPREBA y FATPREN.  
Profesor Titular de la Cátedra de Derecho del Trabajo en la  
Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.





## ANEXO

En este apartado presentamos entrevistas a informantes clave que consideramos complementarias y expansivas respecto a los resultados obtenidos en la encuesta. Se trata de un cuestionario focalizado realizado a trabajadores/as de Infobae, Clarín y Página/12, a quienes se les respetó su anonimato.

### Entrevista a trabajadora de Página 12/Grupo Octubre.

**-¿Desde cuándo el medio incorporó herramientas de Inteligencia Artificial en sus procesos productivos? ¿Fue una decisión institucional de la empresa o surgió por iniciativa de los/las redactores/as?**

-Los grandes medios estamos haciendo capacitaciones de Google. Google necesita capacitarnos y también saben que sin nosotros, sin los medios no pueden hacer nada. El año pasado se hicieron una serie de jornadas de capacitaciones para redactores y para el equipo de producto. En julio de 2025 contratamos Chat GPT. Y en noviembre empezamos a mudarnos a Arc XP, la plataforma para cargar notas que tiene herramientas de IA, que es la misma que usa La Nación e Infobae, y que también usan en el Washington Post. De esta manera tenemos más herramientas porque tiene tecnología de IA incorporada por ejemplo podés generar prompts para que te haga diferentes cosas en tu nota. Entonces cuando empezamos a capacitar a la redacción digital para utilizar Arc XP les dijimos que no es que íbamos a usar IA para escribir notas en su totalidad sino para algunas partes del proceso.

Y desde febrero de este año estamos haciendo capacitaciones para el uso de IA en la redacción impresa, en su mayoría compuesta por periodistas de más edad quienes pidieron capacitarse en este tema. Pero es importante la capacitación porque muchas veces se asume que todos saben usar la IA porque está al alcance de la mano y no es así. Además de la serie de capacitaciones estoy enviando un newsletter interno donde explicamos la estrategia digital y de producto, por ejemplo en el último explicamos cómo se leen las métricas.

**-¿Cuál crees que fue el principal objetivo de esa incorporación? (Aumentar velocidad de producción/ Reducir costos/ Mejorar calidad editorial /Optimizar flujos de trabajo/otros)**

-Optimizar flujos de trabajo.

**-¿Qué tipo de herramientas de IA se utilizan actualmente en tu área? ¿Su uso es obligatorio o queda a criterio de cada trabajador/a?**

-Gemini (dentro de esta IA de Google también usan Notebook LM), Chat GPT, Arc XP (Content Manager System). El uso queda a criterio del trabajador, no es obligatorio. Cada IA tiene un modelo de lenguaje diferente entonces es importante conocerlas también para darles el mejor uso.

**-Desde tu perspectiva, ¿qué cambios principales introdujo la IA en la organización de la sección?**

-No se produjo un gran cambio en la organización de las secciones o suplementos del diario, no modificamos equipos ni flujos, pero sí se generó un cambio en aquellos periodistas que aún no tomaban la decisión de acercarse proactivamente al mundo digital. Sin embargo, a nivel técnico, en el equipo de Producto, sí se generó un cambio significativo, no solo en cómo estructuramos y pensamos nuestro trabajo diario, ya que las herramientas y plataformas con las que trabajamos día a día se modificaron incorporando nuevas soluciones utilizando IA (automatización inteligente de tareas, generación de código de software, verificación de procesos, etc.). Como correlato, se agilizaron los tiempos y modernizaron plataformas que generaron nuevas herramientas con IA para los y las periodistas, que estamos empezando a estudiar y regular en nuestro protocolo de uso de IA.

**-¿Cómo impactó la IA?**

-Principalmente impactó en los ritmos de producción.

**-¿La incorporación de IA implicó alguno de los siguientes cambios?**

-Ningún cambio estructural. La idea es capacitar a los trabajadores en sus roles en IA.

**-¿Crees que la IA podría llevar a la sustitución de puestos de trabajo en el corto o mediano plazo?**

-No se modifican los flujos de trabajo. Tenemos que ser lo suficientemente inteligentes para aprender a usar la IA e incorporarla como una herramienta más como fue internet en su momento. Está revolucionando todo pero así fue con internet también.

**-¿Cómo evalúas el impacto de la IA en la calidad periodística de los contenidos?**

-La IA debería mejorar el trabajo periodístico y debería acelerar los procesos. Como siempre digo que esté la intervención humana en ese proceso, eso es fundamental y necesario. Intervenir en el ciclo de producción, en el proceso. La decisión humana es lo más importante porque el periodismo y los periodistas tienen que ser valorados.

**-¿En qué etapas del proceso editorial consideras más efectivo el uso de IA? (Búsqueda de información/Redacción/ Edición/Corrección/Publicación automática)**

-En la corrección de texto y en la publicación automática (no es lo mismo que programar la publicación).

**-¿Crees que alguna de estas etapas podría ejecutarse sin ningún tipo de supervisión humana?**

-La publicación del clima y de las notas sobre el servicio meteorológico o por ejemplo notas de algunos temas de las elecciones como hicimos en las últimas que era ‘cómo salió tu mesa de votación’, porque no valía la pena tener a los redactores escribiendo ochocientas notas que puede escribir la IA con los resultados electorales.

**-¿Qué riesgos editoriales identificas con mayor preocupación asociados al uso de IA?**

-Que no haya un ser humano interviniendo, mirando, controlando lo que hace la IA, porque no nos puede pasar lo que le pasó a La Nación que copiaron y pegaron un texto generado por IA que abajo sugería armar una infografía entre otras cosas y estuvo suficiente tiempo publicado para que se viralizara en las redes sociales como un descuido de LN.

**-¿El medio o la sección cuentan con protocolos formales sobre el uso de IA en el trabajo periodístico?**

El plan es tener un manual de estilo para junio que indique cuándo y cómo usar las herramientas de IA para trabajar en la redacción.

**-¿Se informa a las audiencias cuando un contenido fue producido o asistido por IA?**

-Sí, hay que transparentar los procesos. Si estamos usando IA tenemos que decir que la estamos usando, sino es deshonesto. A partir de las capacitaciones se empezó a transparentar con la leyenda ‘Parte de este contenido fue generado con IA’ al final de la nota.

**-¿Detectas brechas de conocimiento o uso desigual de estas herramientas entre los/las trabajadores/as?**

-Sí, la brecha digital es grande entre las generaciones. Hay miedo a no poder utilizar las herramientas, no saber usarlas, miedo a que la IA reemplace al trabajador... Esos son los miedos que aparecieron en las generaciones más grandes y principalmente en el área del diario en papel.

**-En tu opinión, ¿cómo crees que cambiará el trabajo en tu sección en los próximos 3 a 5 años con la expansión de la IA?**

-Considero que cambiarán los procesos técnicos. Porque la IA no solo la usan los redactores o los editores para escribir o para hacer una infografía, sino para ver las métricas, para analizar cómo está yéndole a la página, un montón de procesos técnicos de un sitio web, de las redes sociales que las utilizas sin cuestionarte mucho porque son automatizaciones que tienen IA. Como por ejemplo cortar un video. Hay muchos procesos que se fueron incorporando en P12 que va más allá de generar un texto, y también en otros medios como por ejemplo Infobae. Desde las áreas de producto estamos viendo cómo incorporar las herramientas.

El uso de IA es más común en el desarrollo del software. A diferencia de en el periodismo en el software no se cuestionan tanto los cambios que trae la IA.

## Entrevista a trabajador de Infobae

**-¿Desde cuándo el medio incorporó herramientas de Inteligencia Artificial en sus procesos productivos? ¿Fue una decisión institucional de la empresa o surgió por iniciativa de los/las redactores/as?**

-La verdad, no recuerdo fecha exacta, unos dos años, y fue impulso de la empresa, pero me dio mucha curiosidad siempre, entonces para mí fue un golazo.

**-¿Cuál crees que fue el principal objetivo de esa incorporación?**

-Aumentar la productividad, pero también, entiendo, brindar nuevas herramientas que se iban a terminar masificando. A fin de cuentas, ahora lo suman a los colegios. Es una gran herramienta, pero solo eso.

**-¿Qué tipo de herramientas de IA se utilizan actualmente en tu área? ¿Su uso es obligatorio o queda a criterio de cada trabajador/a?**

-Una desarrollada por la empresa y al principio era más a elección, pero al ver la efectividad, quedaron pocas dudas. En minutos podés hacer algo que antes llevaba horas y que, además, veníamos usando por fuera cada uno, como la IA de Google para desgrabar. En mi caso, no vi nunca mal que se empuje, es hacia donde va el nuevo periodismo. Raro sería que sigamos escribiendo a máquina cuando está la computadora.

**-Desde tu perspectiva, ¿qué cambios principales introdujo la IA en la organización de la sección?**

-Mayor efectividad, menos tiempo en las tareas rutinarias y un esqueleto hermoso para laburar. Los viejos sabemos lo que costaba, muchas veces, armar esos esqueletos. Ahora es un paso menos. Con eso reducís tiempos y, lo mejor, te enfocás en lo que vos querés buscar y hacer. Incluso, como ahora inventa menos, menos tiempo de chequeo de datos (aunque seguimos haciéndolo). Todo depende del humano, siempre.

**-¿Cómo impactó la IA en los siguientes aspectos?**

-En cuanto a ritmos de producción, genera mayor producción y mayor velocidad. La IA te da un excelente esqueleto para laburar, solo necesita del humano para limpiarlo y del editor para encontrarle sentido y limpiar lo que reste, además de la definición de título, bajada y foto de apertura. Respecto a la cantidad de contenidos publicados, aumentó. Solo se estanca en la edición, pero como llega tan cerradito (salvo contadas ocasiones), es más una lectura transversal y listo: título, bajada y foto. En cuanto a la distribución de tareas entre roles, se mantiene igual.

**-¿La incorporación de IA implicó alguno de los siguientes cambios?**

- Reducción de personal: no.
- Congelamiento de nuevas vacantes: no.
- Reasignación de funciones: no.
- Ningún cambio estructural: no. Salvo movimientos de editores, pero como en toda sección que necesita editores.

**-¿Crees que la IA podría llevar a la sustitución de puestos de trabajo en el corto o mediano plazo?**

-Ni a palos. No tiene criterio, esa palabra hermosa que nos hace periodistas. La idea de qué es noticioso o no, no lo comprende (al menos por ahora). Uno de los primeros en usarla nos dijo: es un pasante, preparado o algo formado, pero un pasante al fin. No creo que nos vaya a reemplazar, más en lo que se refiere a líneas editoriales, aspectos clave o la idea de qué sirve y qué no. La podés guiar y demás, pero siempre va a faltar el humano.

**-¿Cómo evalúas el impacto de la IA en la calidad periodística de los contenidos?**

-Esto siempre depende del periodista. Como te dije, la IA da un esqueleto hermoso. Si el redactor es choto, se queda en esa. Si no, te adelanta laburo y te centrás en lo que vos querés hacer y sumar. Siempre, como antes y como ahora, depende del periodista. Yo estoy con pibes, siempre les pido algo más: un estudio más, una fuente más, una mirada más. Pero como pasó antes y pasa ahora, depende del redactor y del editor. Siempre lo pongo igual: antes era pasar letra por letra para que la imprenta lo haga, después fue una computadora y las placas se hacían de otra manera, luego fueron las notas digitales. Ahora la IA es solo una herramienta más. Quien lo vea de otro modo, está cagado. Porque el Word te marca los errores, pero vos los corregís.

**-¿En qué etapas del proceso editorial consideras más efectivo el uso de IA?**

-Ayuda a buscar información que antes eran horas. Hay IAs que te hacen una búsqueda profunda que ni en días podríamos hacer. Chequea datos contrastando, que es un lujo. Redacción: te da esqueletos hermosos. Edición: cuando tenés que reenfocar una nota por lo que sea, te ayuda banda. Lo hace en minutos y antes llevaba incluso horas. Correcciones: ortográficas y semánticas, pero estilo, foco, respaldo, textuales y eso, los humanos somos clave. Publicación automática lo veo poco probable en el corto plazo.

**-¿Crees que alguna de estas etapas podría ejecutarse sin ningún tipo de supervisión humana?**

-No.

**-¿Qué riesgos editoriales identificas con mayor preocupación asociados al uso de IA?**

-La falta de compromiso del periodista, quedarse con lo que tira. Aún hay gente que cree que lo que te da ya está, pero no. Creo, honestamente, que depende de nosotros los humanos entender que es una herramienta. Cuanto más sepamos, si ese es el temor, menos chance de ser reemplazados, como sí pasa en otras profesiones. Somos clave. Negarse es tapar el sol con las manos, tenemos que aprender qué ya está y usarla a nuestro favor. Ya nadie duda de que el auto sirve o que Internet es un golazo. Regular, controlar y analizar: somos humanos, podemos hacerlo. Nuestra creatividad vale y hay que hacerla valer.

**-¿El medio o la sección cuentan con protocolos formales sobre el uso de IA en el trabajo periodístico?**

Sí, aunque no estipulados. Los editores marcamos y aprendemos.

**-¿Se informa a las audiencias cuando un contenido fue producido o asistido por IA?**

-No, porque nunca es 100% IA, no lo queremos. Sabemos que los humanos valemos y lo decimos miles de veces. Es como te dije: siempre ponderamos al humano y nunca es 100% IA. En las imágenes sí se avisa y lo ves. Pero en textos nunca es 100% IA, entonces no tiene sentido.

## Entrevista a trabajador de Clarín

**-¿Desde cuándo el medio incorporó herramientas de Inteligencia Artificial en sus procesos productivos? ¿Fue una decisión institucional de la empresa o surgió inicialmente por iniciativa de los/las redactores/as?**

-Empezó a incorporar la Inteligencia Artificial en 2024, casi en paralelo a que empezó a popularizarse el uso de chat GPT. Y al principio eran discusiones entre los jefes de cómo la podíamos usar, en qué nos serviría usar la Inteligencia Artificial, obviamente algo muy incipiente o algo muy desde afuera, pero sí fue una discusión que empezó más de arriba que de abajo, cómo usarla en el periodismo.

**-¿Cuál crees que fue el principal objetivo de esa incorporación?**

-En el primer momento, cuando se empezó a discutir el uso de las herramientas de inteligencia artificial, de alguna forma era siempre mejorar, optimizar los flujos de trabajo, agilizarlos, ver en qué se podía ahorrar tiempo humano, en cosas que por ahí puede hacer la tecnología. Por ejemplo, en editar algunos textos, en seleccionar las imágenes, en sugerir epígrafes, procesos de trabajo que a veces te llevan tiempo y que por ahí con la inteligencia artificial se puede agilizar.

**-¿Qué tipo de herramientas de IA se utilizan actualmente en tu área? ¿Su uso es obligatorio o queda a criterio de cada trabajador/a?**

-Tenemos acceso a las herramientas de inteligencia artificial de Google, no es obligatorio usarlos, no usamos inteligencia artificial para hacer notas como parte de nuestros procesos de trabajo. Sí tenemos la herramienta para poder utilizarla, para, por ahí, optimizar algún proceso de trabajo, en algunas secciones se usan más que otras, pero el la utilización de inteligencia artificial en el diario, por ahora, no es muy profunda. Digamos, Clarín está un poquito más atrasado que otros medios. Sí están viendo de ver de qué forma se puede, por ejemplo, mejorar la edición de texto, la selección de fotos, los recortes de las fotos también con inteligencia artificial, pero bueno, todavía no hay nada que se esté usando obligatoriamente relacionado con la inteligencia artificial.

**-Desde tu perspectiva, ¿qué cambios principales introdujo la IA en la organización de la sección?**

No hay muchos cambios, por lo menos, de mi perspectiva, en el uso de la inteligencia artificial, porque no es algo que se utilice de forma masiva ni que sea obligatorio usarlo. Por lo tanto, en los procesos de trabajo, por ahora, yo no noto ningún cambio. Tampoco los ritmos de producción ni en la cantidad de contenido publicado

ni en la distribución de tareas. No hay cambios sustanciales en nuestra redacción, todavía. Parece que es algo que es muy, que está sucediendo ahora. Por ahí, en seis meses volvemos a hablar, y esto sí se puede ver el impacto, pero en este momento, no hay ningún tipo de impacto.

**-¿Crees que la IA podría llevar a la sustitución de puestos de trabajo en el corto o mediano plazo?**

-Creo que la inteligencia artificial puede sustituir puestos de trabajo en todas las áreas, incluidas en el periodismo, en tanto puede suplantar al periodista en algunas tareas que son básicas y que hacemos siempre, que es, por ejemplo, el desgrabado de una nota, el armado de una noticia, el picado de una gacetilla con el armado de la noticia, la edición de textos. Después, lo que puede llegar a pasar es que se redefina el rol del periodista y que el periodista se quede en un lugar de valor agregado, que su trabajo sea, en todo caso, sumar fuentes, sumar información, entonces, sí puede redundar en pérdida de puestos de trabajo, sí, por supuesto, como cualquier desarrollo tecnológico.

**-¿Cómo evalúas el impacto de la IA en la calidad periodística de los contenidos?**

-Creo que el desarrollo de la inteligencia artificial puede mejorar la calidad periodística. Si reservamos el uso de inteligencia artificial para ciertos trabajos que pueden ser un poco mecanizados o procesos de trabajo que hacemos casi como de forma rutinaria, y nosotros los periodistas nos dedicamos a hacer periodismo, creo que puede mejorar nuestro trabajo. O sea, tengo una mirada optimista, no inocente, pero sí optimista. Porque si no tenemos una mirada optimista, y si no empezamos a pensar la inteligencia como reservada para ciertas tareas, para que los periodistas nos podamos concentrar en otras, entonces nos estamos resignando.

**-¿En qué etapas del proceso editorial consideras más efectivo el uso de IA?**

-Por lo menos por los desarrollos actuales, obviamente que en la redacción, en la edición y corrección de los textos, en la selección de las imágenes, en el recorte de las imágenes, y en la publicación de las notas automática, en el caso de tomar información de las cableras, en eso creo que es muy efectivo. Ya en los procesos de selección de información también hay que estar encima de esos textos.

**-¿Crees que alguna de estas etapas podría ejecutarse sin ningún tipo de supervisión humana?**

-Creo que no, de ningún modo podemos dejar librada la inteligencia artificial al uso de la herramienta únicamente sin que haya una mediación del periodista. En cada una de las etapas, ya sea en la recolección de información, como en la redacción, como en la edición del texto, siempre tiene que haber un periodista supervisando ese contenido.

**-¿Qué riesgos editoriales identificas con mayor preocupación asociados al uso de IA?**

-Se puede correr el riesgo de una estandarización de los contenidos. Que todos los medios tengamos las mismas notas escritas de forma similar con puntos de vista

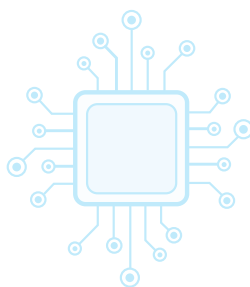
similares. En general, la inteligencia artificial toma la información de los mismos medios o de las mismas fuentes, entonces la diversidad de miradas corre riesgos si dejamos nuestra profesión en manos de las de la inteligencia artificial.

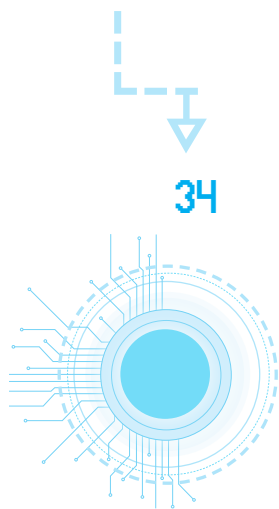
**-¿Detectas brechas de conocimiento o uso desigual de estas herramientas entre los/las trabajadores/as?**

-Por supuesto, hay brechas que son generacionales, lógicas, que pasó con lo mismo que con el periodismo digital y con la aparición de cada nueva herramienta. Los más jóvenes ya vienen con todo bastante dado y bastante asimilado, a los más grandes nos cuesta un poco más, adaptarnos a las herramientas y nos cuesta más acceder a ellas y nos cuesta más tiempo adaptarnos, más allá de que existen casos especiales en los cuales hay personas de mayor edad que tienen mucho conocimiento.

**-En tu opinión, ¿cómo crees que cambiará el trabajo en tu sección en los próximos 3 a 5 años con la expansión de la IA?**

-Creo que puede cambiar mucho el ejercicio de la profesión si dejamos, insisto, algunas tareas en manos de la inteligencia artificial y reservamos el periodismo para los periodistas. O sea, aquello que lo pueda hacer una herramienta que lo haga, que no le reste tiempo a los periodistas para hacer aquello para lo que sí fuimos formados. Que el periodista de nuevo vuelva a las fuentes. En todo caso, si eso no sucede, igualmente creo que la inteligencia artificial sí vino a cambiar la ecuación del trabajo en las redacciones, sobre todo porque hay una primacía de la noticia en los últimos años, de un exceso de información. Se publican muchas noticias por día en los medios, eso satura un poco a las audiencias. Así que sí, creo que va a haber un cambio fuerte en las redacciones, de acá al corto plazo, por ahí ni siquiera pasan tres años y se da antes.





# STAFF

Autores informe técnico: Paula Sabatés, Matías Cervilla, Juan Pablo Piscetta y Agustín Lecchi.

Trabajo de campo: Lucía Borello, Guadalupe Desalvo y Diego Flores.

Diagramación y diseño: Laura Palumbo.

