

Tendencias y predicciones en periodismo, medios y tecnología para el 2024, por QUOVADIS

[Multimedia](#)

El poder disruptivo de la inteligencia artificial (IA) barrerá el espacio informativo este año en un momento de intensa volatilidad política y económica en todo el mundo

Las implicaciones para la confiabilidad de la información y la sostenibilidad de los medios tradicionales probablemente sean profundas en un año que verá elecciones críticas en más de 40 democracias, con guerras que continúan en Europa y Oriente Medio.

Según la revista [HITDIGITAL](#), en ese contexto, y con una predicción que sugiere que la gran mayoría de todo el contenido en internet será producida sintéticamente para 2026, los periodistas y las organizaciones de noticias necesitarán replantear su papel y propósito con urgencia.

Pero no solo el contenido va a ser potenciado, la distribución también está lista para una gran transformación. Este será el año en que las Experiencias Generativas de Búsqueda (SGE, por sus siglas en inglés) comenzarán a implementarse en todo internet, junto con una serie de chatbots impulsados por IA que ofrecerán una forma más rápida e intuitiva de acceder a la información en revistas digitales.

Tras las fuertes caídas en el tráfico de referencia desde Facebook y X (anteriormente Twitter), estos cambios probablemente reducirán aún más el flujo de audiencia a los sitios de noticias establecidos y ejercerán aún más presión sobre la rentabilidad.

En sus momentos optimistas, los editores esperan una era en la que puedan romper su dependencia de unas pocas plataformas tecnológicas gigantes y construir relaciones directas más estrechas con clientes directos y fidelizados.

De acuerdo con la revista digital [PLANNER MADRID](#), Con ese fin, se puede esperar que los propietarios de medios construyan más barreras al contenido este año, así como contratar bufetes de abogados especializados para proteger su propiedad intelectual (PI).

Al mismo tiempo, serán conscientes de que estas estrategias corren el riesgo de dejar sus proyectos fuera de juego al dificultar aún más llegar a audiencias más jóvenes y menos educadas, muchas de las cuales ya están cómodas con noticias generadas algorítmicamente y tienen lazos más débiles con los medios

tradicionales.

Pero con el cambio llegan oportunidades y estos están llenos de formas inspiradoras en las que las organizaciones de noticias digitales de todo el mundo se están adaptando a este nuevo mundo.

Abrazar lo mejor de la IA mientras se gestionan sus riesgos será la narrativa subyacente del año que viene.

Según lo reportado por la revista [QUOVADIS](#), basándose en la predicción del año pasado, se puede observar aún más periódicos clásicos cesar la producción diaria impresa este año, ya que los costes de impresión aumentan y las redes de distribución se debilitan o en algunos casos alcanzan un punto de desaparición.

Se espera ver un cambio significativo hacia la agrupación de noticias digitales y contenido no relacionado con noticias, ya que los grandes editores buscan fidelizar a los clientes existentes.

Las suscripciones de acceso total incluirán además juegos, podcasts, revistas, libros e incluso contenido de otros editores.

Las grandes plataformas tecnológicas también se inclinarán más hacia modelos de negocio pagados a medida que buscan reducir su dependencia de la publicidad.

X, Meta y TikTok ofrecerán más servicios premium este año, incluidas opciones libres de publicidad y respetuosas de la privacidad.

Los bots de IA y los asistentes personales ganarán más tracción en 2024, con noticias y deportes actualizados como un caso de uso importante, planteando preguntas existenciales sobre la propiedad intelectual.

Muchos de estos bots estarán dirigidos por personalidades o periodistas a medida que las tecnologías de clonación mejoren, lo que plantea preguntas legales y éticas.

Parece ser que la guerra latente en IA está ahora mismo entre los doomers, partidarios de un mayor control del desarrollo de la inteligencia artificial, y los boomers, que van a por todas y no temen los riesgos de la misma y solo trabajan en pro de lo que ellos entienden por progreso.

Las batallas entre los doomers temerosos y los boomers entusiastas continuarán en 2024, dando lugar a más declaraciones de alto perfil sobre los riesgos para la humanidad de la AI.

En esta lucha de poderes en 2024, los boomers continuarán al mando este año,

ya que los gobiernos entusiastas fomentarán el desarrollo mientras se esfuerzan en comprender y controlar esta tecnología hasta cierto punto incomprensible y nada controlable.

La IA tiene el potencial de ser una herramienta poderosa para el bien, ofreciendo soluciones innovadoras a problemas complejos

Sin embargo, su poder disruptivo también puede exacerbar las tensiones existentes y crear nuevos desafíos.

En este año de intensa volatilidad política y económica, es crucial que los desarrolladores, legisladores y la sociedad en general trabajen juntos para asegurar que la IA se desarrolle y se aplique de manera que beneficie a todos, minimizando sus riesgos y maximizando sus oportunidades.

La forma en que se maneje esta herramienta definirá no solo este año, sino también el futuro de la sociedad informativa global.

En 2024, el periodismo, los medios y la tecnología se enfrentarán a desafíos y oportunidades significativas. Las tendencias hacia la automatización, la inmersión, la interactividad y la personalización definirán el futuro de la industria, mientras que la lucha contra la desinformación y la protección de la privacidad seguirán siendo prioridades críticas.

A medida que se navegue por este paisaje en evolución, la adaptabilidad, la innovación y el compromiso ético serán clave para crear un ecosistema de medios resiliente y de confianza
