

Off the record | ágora México

Febrero / 2025

🎉 En marzo cumplimos nuestro primer aniversario ¡y queremos festejarlo por adelantado! A partir de ahora también encontrarás **Off the record** en Substack, el ecosistema natural donde viven las newsletters.

Solo entra a offtherecordagora.substack.com, apúntate con tu correo electrónico y empieza a recibir, directamente en tu bandeja de entrada, todos nuestros insights sobre la industria de los medios de comunicación en México y el mundo.

En esta edición presentamos una entrevista con Pedro Iván Quintana, director de la nueva Unidad de Inteligencia Artificial de la Organización Editorial Mexicana (OEM), que edita más de 40 periódicos en México.

***Entrevista:** Israel Zamarrón.

***Edición:** Israel Zamarrón.

Pedro Iván Quintana

Tiene más de 35 años en el periodismo. Ha trabajado en varios de los medios más importantes del país y también en un emprendimiento propio. Durante ese tiempo ha sido pionero en periodismo multimedia y actualmente tiene la responsabilidad de la Unidad de IA de la Organización Editorial Mexicana



IA en una redacción mexicana

Si lees regularmente **Off the record**, habrás notado que periodismo e inteligencia artificial (IA) se cruzan cada vez más a menudo. De hecho, en la edición anterior reportamos que la Organización Editorial Mexicana (OEM) creó una Unidad de IA, siendo uno de los pocos medios que lo hace, o al menos que lo comunica de forma tan pública.

Para esta edición decidimos hacer un doble clic en el tema para explorar cómo la inteligencia artificial generativa se abre paso en las redacciones. Fue así que Pedro Iván Quintana, director de la Unidad de IA de la OEM, recibió a **Off the record** para profundizar en cómo usarán la tecnología para potenciar su periodismo.

“El periodismo vive tiempos complejos. Todos los medios del mundo estamos en una carrera para encontrar el Santo Grial del negocio: mejorar las métricas, aumentar tiempos de lectura y permanencia en los sitios de noticias, y fortalecer las marcas, todo encaminado a conseguir suscripciones”, dice Quintana.

En este contexto, la OEM ve en la IA una herramienta que puede ayudarles a potenciar a los periodistas con el objetivo de encontrar ese Santo Grial. No se trata de delegar en un chatbot la redacción de notas o reportajes, sino de convertirla en un boost para que sus periodistas escriban historias de mayor calidad, todo dentro de un marco de ética y buenas prácticas del uso de estas herramientas.

Con un chatbot puedes escribir muchos textos en muy poco tiempo, pero son artículos de baja calidad. La IA alucina, tiene sesgos y si no le proporcionamos información confiable y verificada para trabajar, puede responder con imprecisa o directamente falsa. No la usaremos para eso, advierte Quintana.

Cuando dirigió el diario deportivo Ovaciones -que recientemente la OEM vendió al grupo de noticias NTR-, Pedro Iván empezó a experimentar con ChatGPT. Por ejemplo, durante los Juegos Olímpicos de París 2024, usó los resultados oficiales del Comité Olímpico Internacional para producir reportes inmediatos que compartían en redes sociales y en el sitio web.

“No somos los únicos que lo hemos hecho, hay otros medios que están haciendo uso de IA. The New York Times tiene una iniciativa muy importante sobre ese tema, sobre todo en resultados deportivos que se pueden procesar de ese modo”, comparte Quintana, quien asegura que la IA en las redacciones no será solo una moda, sino una herramienta para que los periodistas construyan mejores historias.

Casos de uso

El director de la Unidad de IA de la OEM descarta que se vaya a desplazar a las y los periodistas, por el contrario, están al centro del proyecto. Y cita un caso que conoció de un medio de Noruega que usó esta tecnología para incrementar la calidad de sus investigaciones e incluso personalizar la entrega del contenido según cada lector.

“Los periodistas hicieron un análisis estadístico de cómo se gastaba electricidad en cierta ciudad y después dijeron, ¿cómo le hacemos para que esta noticia que abarca toda una ciudad le interesa al señor de la esquina? Entonces, a través de esta tecnología y datos duros generaron versiones personalizadas prácticamente por cuadra. Si una persona quería saber el consumo energético en su colonia, bastaba con ingresar su código postal, entonces se generaba una nota para ella”.

Más que sustituir la labor periodística, reafirma, el objetivo de la Unidad de IA de la OEM es ayudar a los periodistas a entregar mejores productos informativos, reducir el trabajo repetitivo, agilizar la búsqueda de contexto. No obstante, admite que uno de los retos será la alfabetización digital de la plantilla laboral de una compañía del tamaño de la OEM, que tiene más de 40 periódicos en todo el país.

“El desafío es cómo hacer que cualquiera pueda obtener un buen resultado de la inteligencia artificial, sin necesariamente ser un especialista en prompts. Tendremos profesionales que sí lo van a lograr y ya lo están haciendo, y otros que no lo van a lograr y eso no quita que sean grandes periodistas”, refiere.


Por supuesto, como cualquier otra empresa de noticias, la OEM quiere elevar la calidad de su contenido y mejorar la experiencia de usuario en cuanto al consumo de noticias, con el objetivo de mejorar el modelo de negocio, ahora mismo castigado en todo el mundo con el auge de las redes sociales, los influencers y la propia IA.

“No entramos al mundo de la inteligencia artificial con afanes de investigación, sino porque obviamente tiene un objetivo de negocio, o sea, necesitamos dar resultados que generen negocio para la empresa. Todos pensamos que la generación de mejor contenido, con más contexto, con más calidad, es una vía para ir hacia ese ese objetivo. No va a haber una empresa periodística en el mundo que pueda mantenerse al margen de esto, por lo menos no una que realmente quiera seguir subsistiendo a lo largo de las décadas”, cierra Quintana su conversación con **Off the record**.


Los medios en México e Hispanoamérica

✂ **Recorte en Radio Fórmula digital:** la emisora de radio recortó a parte de su personal editorial transmedia, es decir, periodistas que se encargaban de adaptar los contenidos generados en los programas de radio y televisión a los formatos digitales, tanto en el sitio de noticias como en YouTube, TikTok y redes sociales.

- **Por qué es importante:** los despidos vuelven a dar muestra de los desafíos que enfrentan las cadenas de medios tradicionales, sobre todo con el mayor control que ejercen las redes sociales como fuente de información para las generaciones más jóvenes, la crisis de confianza que sufren los medios en todo el mundo y el despunte de los influencers de noticias como referentes de opinión.


 **Daniel Moreno deja dirección de Animal Político:** el periodista anunció que, después de 15 años de dirigir uno de los medios de información política más influyentes de los últimos años, dejará la dirección para asumir un rol solamente como reportero. El regreso a los orígenes. En su lugar quedó Ernesto Núñez, quien hasta entonces era subdirector Editorial.


- **El perfil:** Daniel Moreno Chávez es un experimentado reportero que ha trabajado en las redacciones de *Unomasuno*, *El Financiero*, *El Economista* y *Reforma*, y ocupó cargos directivos en la extinta agencia de noticias *Notimex*, los periódicos *El Universal* y *Excélsior*. Estuvo al frente de *Animal Político* desde su fundación como uno de los primeros medios nativos digitales y lo posicionó como uno de los referentes en la cobertura política y social en México.

 **El Financiero lanza programa turístico:** La vertical de televisión del diario estrenó ¡A ke no sabías!, una nueva plataforma que aborda la actualidad del turismo, la gastronomía y el estilo de vida, conducida por Laura Rodríguez y Carlos Velázquez.


- **La propuesta:** la plataforma ofrecerá una curaduría de temas que van desde destinos internacionales hasta reflexiones locales sobre políticas públicas turísticas.

-


 **Más de 400K suscriptores en El País:** el diario español informó que en un periodo de cuatro años y medio superó los 400,000 suscriptores de pago, luego de que lanzó su muro de pago en mayo de 2020. Del total de suscriptores, 392,000 son digitales, es decir, reciben la información solo por medios digitales y no incluye los productos impresos.

 **La Base desembarca en México:** [Canal Red](#), una plataforma de comunicación y periodismo fundada y dirigida por el expolítico español Pablo Iglesias -quien también creó el partido político de izquierda Podemos- abrirá una redacción de su programa estelar La Base, en México.

- **Zoom out:** Canal Red, que busca financiamiento para establecerse formalmente en México, se ha mostrado públicamente cercano a la llamada 4T. De hecho, la periodista Inna Afinogenova, colaboradora de La Base, entrevistó en su momento al expresidente Andrés Manuel López Obrador y también ya hizo lo propio con la presidenta Claudia Sheinbaum.
- **El objetivo:** La Base México aspira a cubrir la agenda de los movimientos de izquierda en el país y Latinoamérica, sobre todo tras el auge de la ideología MAGA con el arribo de Donald Trump a la Presidencia de Estados Unidos para cumplir con un segundo mandato de cuatro años.


 **Acelerador de medios:** Google publicó una [convocatoria](#) para su iniciativa Mexico News Accelerator, un programa integral de 9 meses para fortalecer la infraestructura tecnológica de los medios de noticias en México. Los participantes podrán acceder a sesiones de capacitación y eventos presenciales, además de aplicar para recibir apoyo personalizado de expertos en la industria.

- **El objetivo:** ayudar a los medios participantes a optimizar el rendimiento de su sitio web, incluyendo velocidad de carga, la experiencia de usuario y la distribución de contenido; también trabajar en su estrategia de datos, profundizando en herramientas como Google Analytics para tomar mejores decisiones, así como explorar temas clave sobre privacidad y First Party Data.


 **Un webinar interesante:** El jueves 20 de marzo la Sociedad Interamericana de Prensa celebrará el webinar Oportunidades en las redes sociales: ¿dónde poner el foco en 2025?, que será impartido por Vanessa Canarte, gerente de cuentas senior en Chartbeat.

- **Los temas:** "utilizando datos de Chartbeat y Tubular Labs, este webinar mostrará el panorama de los medios de comunicación en 2025, mostrará las oportunidades para editores latinoamericanos en plataformas de video como YouTube, estrategias para construir y atraer audiencias, y mucho más". [Aquí](#) más detalles.


Lo que pasa en el mundo...

 **Influencers de noticias a la Casa Blanca:** como ocurrió en México cuando el expresidente Andrés Manuel López Obrador abrió las puertas de sus conferencias matutinas a influencers de noticias y *youtubers* -una práctica que mantiene la hoy presidenta Claudia Sheinbaum-, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, también abrirá puertas y ventanillas de la Casa Blanca para las estrellas de las redes sociales y *podcasters*.


- **Desencuentro:** en su primera comparecencia pública, la secretaria de prensa de la Casa Blanca, Karoline Leavitt, anunció que los influencers de noticias tendrán un lugar privilegiado en la primera fila, y por detrás de ellos estarán los periodistas y profesionales de la información de los medios. Justificó los cambios citando un “encuesta reciente de Gallup” que dice que “la confianza de los estadounidenses en los medios masivos ha caído a un mínimo histórico.

 **¿Dirección Editorial de Newsletters?:** tal es el *boom* que viven las newsletters o boletines informativos, tanto de las grandes marcas de medios como de periodistas en lo independiente (en la entrega pasada te contamos algo al respecto sobre Substack, que puedes leer aquí), que el periódico estadounidense *The New York Times* busca de la persona que dirija su Dirección Editorial de Newsletters.

- **Profundiza:** en la publicación de su vacante, el diario neoyorquino destaca que “los boletines informativos se han vuelto fundamentales para el periodismo del *Times* y necesitamos un líder que crea apasionadamente en el formato y en la oportunidad de construir relaciones con los lectores a través de la bandeja de entrada”.
- **El trabajo:** la persona que asuma el cargo trabajará con periodistas de toda la sala de redacción, así como con socios de productos y marketing, para garantizar que las newsletters tengan propósitos definidos, objetivos ambiciosos y claros, y resultados mensurables. Este editor revisará la cartera actual y liderará el trabajo para lanzar nuevos boletines.
- **El panorama:** esta nueva vacante en uno de los periódicos más importantes del mundo muestra cómo las salas de redacción se están reinventando en busca de nuevas estrategias que les permitan desbloquear nuevos modelos de negocio debido al agotamiento del viejo modelo basado en la publicidad de los anunciantes. En México, destaca la creación de una Unidad de Inteligencia Artificial en la OEM, que será coordinada por un periodista.

 **Preocupan cambios en búsquedas:** como seguramente ya has notado, cada vez que buscamos información en el buscador de Google -el más usado en los dispositivos- las interfaces de IA generativa nos arrojan respuestas en forma de artículo que muchas veces ahorran el tiempo de profundizar en los portales de noticias, y esto ya preocupa a la industria de medios, que en los últimos años ha visto como poco a poco el tráfico proveniente de las redes sociales viene a menos.

- **Zoom in:** según datos que proporcionó la empresa de métricas Chartbeat al Instituto Reuters, “por ahora se mantiene estable el tráfico agregado desde las búsquedas de Google, pero los encuestados temen por el desarrollo de los resúmenes hechos con IA cuando se trata de noticias importantes. Esta situación se produce luego de la caída del tráfico desde las redes en los dos últimos años: Facebook bajó 67% y Twitter, 50%”.
- **Sí, pero:** no obstante, destaca el Instituto Reuters, el “esperable caos” que podría representar la segunda presidencia de Donald Trump, sobre todo en materia de desinformación, podría beneficiar a la industria de las noticias, provocando un incremento del tráfico digital, e incluso en las suscripciones. “Pero de ningún modo está garantizado”, afirma el Instituto.

 **Trump congela ayuda exterior a medios:** el presidente de Estados Unidos congeló miles de millones de dólares que se donaban a través de USAID a proyectos de ayuda humanitaria en todo el mundo, incluidos más de 268 millones de dólares para apoyar a los medios de comunicación independientes y la libre circulación de la información.

- **El coletazo:** Reporteros sin Fronteras (RSF) denunció que esta decisión “ha sumido en una incertidumbre caótica a las ONG, los medios de comunicación y los periodistas que realizan una labor vital”.
- **El panorama:** De acuerdo con RSF, los programas de USAID apoyan a los medios de comunicación independientes en más de 30 países, pero es difícil evaluar la magnitud total del daño causado a los medios de comunicación globales. Muchas organizaciones dudan en llamar la atención por miedo a arriesgarse a perder financiamiento a largo plazo o a ser objeto de ataques políticos. Profundiza.

3 cosas que debes saber antes de irte

- 📻 **UNESCO celebra el Día Mundial de la Radio.** La UNESCO se unió a la celebración del Día Mundial de la Radio (13 de febrero), y para ello invitó a las emisoras de todo el mundo a registrarse en su plataforma para compartir ideas, materiales e historias, experiencias, programas, considerar coproducciones, y más. Te dejamos [la liga](#) para que conozcas la plataforma.
- **? Encuesta sobre transformación digital en medios.** El Instituto de Prensa de la SIP lanzó su encuesta anual sobre el Estado de la Transformación Digital 2025 en medios, que puedes [encontrar aquí](#) y que estará abierta hasta el viernes 7 de marzo. La consulta está dirigida a ejecutivos, editores y profesionales del sector, y “busca recopilar información sobre los principales desafíos y oportunidades en el proceso de digitalización, con el objetivo de impulsar estrategias que fortalezcan la sustentabilidad del periodismo”.
- ✍️ **Escrito por un humano, garantizado.** La organización de escritores de Estados Unidos, Authors Guild, lanzó su sello ‘[Human Authored](#)’, “que permite a un autor certificar que su libro fue creado por un ser humano. Este distintivo garantiza que el texto fue escrito por un ser humano y no generado por una IA, con la excepción de usos mínimos y triviales, como aplicaciones de IA que revisan la ortografía y la gramática o para generar ideas o realizar investigaciones. Interesante, para momentos en los que el contenido generado en chatbots nos inunda.

“BE THE CONVERSATION”

ágora:

Be The Conversation

agora.site

Barranca del Muerto 210, Guadalupe Inn,
Álvaro Obregón, 01020, Ciudad de México.

Contáctanos

Rogelio Blanco

Director General y Socio
rogelio.blanco@agora.site

Israel Zamarrón

Gerente de Contenidos Editoriales
israel.zamarron@agora.site



[agorasite_](#)



[Ágora](#)



[agorasite_](#)