

PRESENTACIÓN DEL NÚMERO 39

EL RETO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LAS REVISTAS CIENTÍFICAS

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39.6343>

La irrupción masiva del ChatGPT (ahora en su cuarta versión), al que se suman otras tantas aplicaciones de inteligencia artificial (IA) generativa, ha producido importantes tensiones en centros de investigación y producción de conocimiento en el mundo. Aquellos espacios intelectuales, que hasta hoy se pensaban menos vulnerables a la impronta de los algoritmos, han reaccionado con urgencia ante el embate de una nueva matriz tecnológica altamente disruptiva por sus capacidades de aprender de sí misma y ofrecer resultados creativos en distintos formatos (escritos, visuales o sonoros). Algunas universidades vienen abordando el tema desde miradas integradoras, pero otras buscan con recelo encauzar el tsunami que estas nuevas tecnologías puedan cumplir en el desarrollo de trabajos y evaluaciones con pautas más punitivas y limitantes.

Las revistas científicas no están ajenas a esta situación. Incluso se han publicado artículos firmados por ChatGPT como si se tratara de un coautor más. Ya existen, por cierto, pronunciamientos al respecto. Más allá de la posible novedad, editoriales, normas de importantes editoriales y publicaciones advierten que los algoritmos no pueden tener estatus autorial, pues al ser una tecnología no pueden responsabilizarse por el contenido que generan. En efecto, si bien la IA puede ser útil como ayuda para operaciones específicas de la investigación (proponer una fuente de consulta, iterar para hallar enunciados más eficientes, sintetizar alguna información propia o proponer una forma de organizar un contenido, por mencionar algunas), lo probado es que el autor humano es el único responsable de la calidad intelectual y moral de ese trabajo. La confiabilidad y la precisión de una IA son variables y no están exentas de errores, de las que somos avals quienes la usamos.

El Committee on Publication Ethics (COPE), al que *Contratexto* está adscrito, se ha pronunciado en este sentido¹. El uso de IA propone cuestiones importantes para la autoría, la propiedad intelectual y la responsabilidad ética que deben ser abordadas. El

1 El artículo se titula "Artificial intelligence and authorship" y puede verse en <https://publicationethics.org/news/artificial-intelligence-and-authorship>

principio inalterable y el que esperamos siempre de los colaboradores de nuestra revista es, pues, la honestidad e integridad intelectual. Si se usa una herramienta de IA para algunas tareas, que es parte de la elaboración del manuscrito, lo mínimo indispensable será incluir esa información en la sección introductoria, en la metodológica o en un pie de página advirtiendo sus límites². No se trata de proscribir el uso de una tecnología que puede facilitarnos procesos en la investigación, sino de evitar tercerizar operaciones reflexivas y analíticas consustanciales al rol de las y los investigadores.

Si bien las herramientas de IA pueden contribuir a mejorar la eficiencia en la gestión de la investigación, junto con los riesgos y dilemas éticos que trae todo cambio tecnológico, se abre una oportunidad para desafiarnos como investigadores, proponiendo enfoques y diseños de investigación creativos e innovadores, pero asumiendo siempre las garantías éticas y científicas que únicamente la contribución humana puede ofrecer.

INVITACIÓN AL NÚMERO 39 Y LA SECCIÓN TENDENCIAS

En este número, el dossier está dedicado a explorar el cambio de paradigma de la comunicación digital. Ha tenido como editores invitados a los doctores José María Herranz de la Casa (Universidad de Castilla-La Mancha, España), Pavel Sidorenko Bautista (Universidad Internacional de La Rioja, España) y Mabel Calderín Cruz (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela), a quienes agradecemos su trabajo en este monográfico.

Por otro lado, la sección Tendencias, disponible en la versión digital de la revista, ofrece seis artículos provenientes de Chile, Costa Rica, España, Perú y Portugal.

En el primer artículo, "Fake news: where journalists and audiences meet (and where they don't)", Carolina Carazo-Barrantes, Larisssa Tristán-Jiménez y Mariana Cajina-Rojas de la Universidad de Costa Rica proponen un análisis comparativo sobre las percepciones de periodistas y audiencias costarricenses en relación al fenómeno de la desinformación y las noticias falsas, en el que se revela una postura antagónica entre ambos grupos en cuanto a las fuentes de estas noticias.

Luego, Lorena Cano-Orón de la Universitat de València (España) y Cristian Ruiz del IN+ Center for Innovation, Technology and Policy Research (Portugal), exploran las comunidades de creadores de contenido en YouTube que promueven la Medicina Complementaria y Alternativa (MCA) y los que divulgan información científica contraria. El artículo concluye que estos constituyen comunidades virtuales más sólidas.

En el tercer artículo, María del Carmen Fernández Trujillo (Perú) analiza el ritmo en el cine de ficción a partir de la noción de ritmo en las artes de la filósofa Susanne Langer.

2 La American Psychological Association (APA), cuyas pautas editoriales son seguidas por nuestra revista, ha establecido estos mismos criterios en <https://apastyle.apa.org/blog/how-to-cite-chatgpt>

El estudio se centra en demostrar que el fenómeno del ritmo en el cine también puede ser analizado desde la filosofía del arte y el simbolismo de Langer. La autora identifica hasta cuatro formas recurrentes de relaciones en la representación de las escenas de tensión y muestra cómo estas relaciones sucesivas de las tensiones son representadas por el realizador de forma consciente.

Desde la Universidad de Oriente (Cuba), Viviana Muñiz Zuñiga, Sheyla Lageyre López y Yander Castillo Salina explican la relación entre las agendas del periódico *Sierra Maestra*, de Santiago de Cuba, y sus lectores a través de dos grupos de WhatsApp creados por el medio de prensa. A partir de un diseño de investigación cuantitativo, los resultados encuentran una disparidad temática entre la agenda del periódico y la de sus lectores indagando en algunos factores que influyen en este desencuentro.

En el quinto artículo, Prisea Georgina Vílchez Samanez (Universidad Jaime Bausate y Meza, Perú) y Luis Fernando Palomino Villanueva (Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Perú) caracterizan la oferta informativa de seis diarios peruanos durante las Elecciones Regionales y Municipales 2018. Los resultados revelaron una escasa visibilización de temas clave, una predominancia del enfoque en los candidatos en lugar de los ciudadanos y un uso limitado de la opinión en los formatos periodísticos. Estas características cuestionan el papel político de los medios de comunicación y su contribución al fortalecimiento de la democracia.

Finalmente, desde Chile, Claudio Díaz Larenas, Maritza Carrasco Palma y José Norambuena Valdés (Universidad de Concepción) se aproximan al estudio de los videojuegos como herramienta para el aprendizaje del inglés a partir del conocimiento y percepciones de futuros profesores de este idioma. Los resultados mostraron que los videojuegos pueden ser útiles para practicar las habilidades lingüísticas y permitir a los participantes enseñar y aprender de otros jugadores. Además, identificaron cuatro grupos de participantes con similitudes en sus respuestas a través del análisis de conglomerados jerárquico.

Esperamos que este número sea de su interés.

Julio-César Mateus

Universidad de Lima, Perú

<https://orcid.org/0000-0001-5161-3737>

Lilian Kanashiro

Universidad de Lima, Perú

<https://orcid.org/0000-0003-0486-3105>