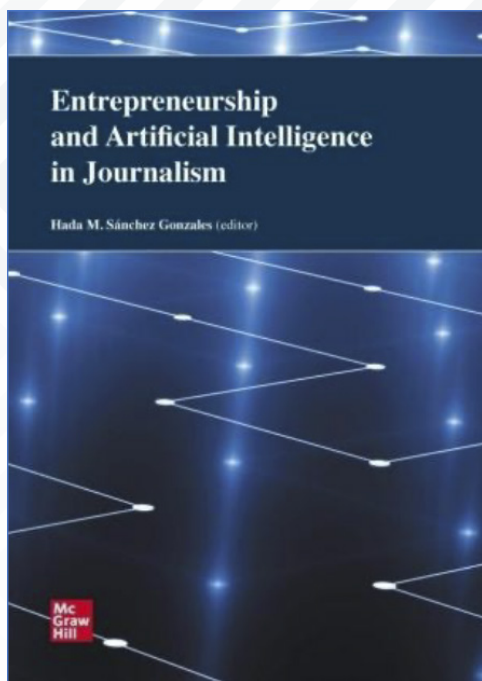




Entrepreneurship and Artificial Intelligence in Journalism

Sánchez Gonzales, H. M. (editor)

McGraw-Hill. España, 2025, 201pp.

ISBN:9788448648282

ISBN ebook:9788448648299

Por: Javier Martos Moreno¹

Recibido: 15-09-2025 – Aceptado: 15-01-2026

<https://doi.org/10.26441/RC25.1-2026-R1-4331>

El periodismo atraviesa una de las mayores revoluciones de su historia y, en medio de esta transformación, la inteligencia artificial se ha convertido en un motor de cambio que afecta al modo en que se emprenden nuevos proyectos de comunicación. *Entrepreneurship and Artificial Intelligence in Journalism*, editado por Hada M. Sánchez Gonzales, constituye una aportación relevante en el cruce de caminos entre periodismo, innovación tecnológica y emprendimiento mediático. A lo largo de nueve capítulos, precedidos por un prólogo de Jeff Jarvis y una introducción de la propia editora, la obra se centra en examinar cómo la inteligencia artificial está transformando tanto los procesos periodísticos como las dinámicas empresariales en el sector de la comunicación. El enfoque es amplio, plural y heterogéneo, lo que permite al lector acercarse a una visión global sobre un fenómeno en avance, aunque todavía cargado de incertidumbres y desafíos.

Desde su inicio, el libro no se limita exclusivamente a describir los usos instrumentales de la IA, sino que invita a reflexionar sobre las implicaciones más profundas que estas tecnologías tienen en la práctica periodística y en los proyectos mediáticos. Por ejemplo, el primer capítulo (Sánchez Gonzales, Cartés Barroso y Ftah Ftah, 2025) muestra el papel que puede tomar la inteligencia artificial en la toma de decisiones en emprendimiento, señalando sus beneficios en términos de eficiencia y optimización, aunque también subrayando las limitaciones que surgen cuando la tecnología sustituye (y no complementa) el criterio humano. Una idea que atraviesa toda la obra y constituye uno de sus ejes principales.

El libro ofrece además estudios de casos variados y originales. Resulta particularmente significativo el capítulo sobre la incubación de un chatbot feminista para combatir la

¹ **Javier Martos Moreno** es Investigador en Comunicación y Periodismo de la Universidad de Sevilla (España).
<https://orcid.org/0000-0002-1659-3723>, Javiermm94@gmail.com

violencia de género digital (Peña Mirandal y Moyano, 2025), que aporta una mirada innovadora, alejándose de la habitual perspectiva únicamente tecnológica. Del mismo modo, los análisis dedicados al periodismo deportivo (Tickell & Erik Meier, 2025), a las startups periodísticas, con ejemplos como *RADAR* o *Denník N* (García-Avilés y Arias-Robles, 2025), o a proyectos de verificación como *The Trust Editor* (Pino y Arréguez Manozzo, 2025) muestran cómo la IA puede ser aplicada de formas muy diversas, generando modelos que van desde la automatización de noticias hasta herramientas destinadas a reforzar la confianza de la audiencia en la información proporcionada. Esta variedad de ejemplos enriquece el volumen y permite comprender la variedad de experiencias y casos concretos actuales en el uso de la IA en comunicación.

También se encuentran estudios que se enfocan en analizar cómo la búsqueda potenciada por IA (Gilbert, 2025), con casos como Miso, Consensus o Perplexity, empieza a cambiar la forma en que los periodistas acceden a la información, lo que puede transformar no solo la producción de noticias sino también la manera en que el público las consume. Por otra parte, el capítulo siete (Lopera, 2025) resulta muy útil para quienes se encuentran en fase de incubación de proyectos, al ofrecer estrategias concretas de creación de contenidos con IA que no se reducen solo a lo técnico, sino que incluyen también pautas para usarlas de forma responsable. Por su parte, el capítulo ocho (Alonso-González, 2025) abre un debate sobre la personalización de noticias y lo que se ha denominado *mirror entrepreneurship*, poniendo sobre la mesa dilemas sobre verificación y automatización. Finalmente, el capítulo nueve (Torres, 2025) cierra el volumen con un análisis sobre modelos de negocio y sostenibilidad, recordando que la IA puede ser clave para innovar, pero que por sí sola no garantiza la viabilidad de los proyectos mediáticos.

La diversidad de enfoques y la heterogeneidad metodológica y temática aporta amplitud al análisis y abre el camino para futuros trabajos. En este sentido, los capítulos que abordan cuestiones éticas y riesgos asociados a la inteligencia artificial; como la desinformación, los sesgos algorítmicos o la pérdida de control editorial; ofrecen un punto de partida valioso que podría enriquecerse con un análisis más detallado de las implicaciones políticas, sociales y laborales para futuras investigaciones.

Asimismo, un punto fuerte del libro es la diversidad geográfica y cultural de sus autores. La participación de investigadores de países como España, Argentina, Chile, México, Alemania o Estados Unidos, entre otros, aporta una mayor pluralidad que permite situar el debate en contextos concretos y en realidades periodísticas diversas. Esto favorece un entendimiento más global y completo del impacto de la inteligencia artificial en el periodismo.

En conclusión, la obra se presenta como un instrumento de gran valor y utilidad para investigadores, estudiantes de comunicación y profesionales del sector interesados en comprender las transformaciones de la IA en el ecosistema periodístico. Más que un manual sobre periodismo e IA, el libro funciona como un mapa de experiencias, casos y perspectivas que invitan a pensar nuevas formas de hacer periodismo y de diseñar proyectos emprendedores en un entorno de constante cambio digital.

Entrepreneurship and Artificial Intelligence in Journalism ofrece una panorámica amplia y necesaria sobre un fenómeno de creciente relevancia. Sus aportes residen en la exposición de casos prácticos y en la diversidad de enfoques, lo que permite al lector

reconocer tanto los avances como las contradicciones y retos del uso de la inteligencia artificial en el periodismo emprendedor. Al mismo tiempo, la obra presenta más interrogantes y desafíos, lo cual obliga a mantener una actitud crítica y reflexiva frente a los avances de la IA. Se trata, en definitiva, de un libro que sirve como punto de partida para futuras investigaciones que busquen unir innovación tecnológica y compromiso con la calidad informativa.