

Agencias de prensa analizan tecnologías como AI y datos para mayor eficacia

Representantes de veintitrés agencias de noticias internacionales analizan en Madrid cómo aplicar tecnologías como la inteligencia artificial y los datos para desarrollar su trabajo con más eficacia y dar un mejor servicio a sus clientes.

El consorcio Minds (Media Innovation Network), en el que participan 23 agencias de Europa, América, Asia y Oceanía congrega en Madrid a directivos que durante dos días intercambian experiencias sobre aspectos informativos, comerciales y tecnológicos.

Así, en este encuentro organizado por la Agencia EFE se debate cómo convertirse en una agencia de prensa apoyada en datos, cómo aprovechar la inteligencia artificial (IA) para la colaboración en vídeo, la transformación digital, los nuevos productos susceptibles de llegar a nuevas audiencias y el modo de tener nuevos ingresos.

Para el director ejecutivo de MINDS, Martjin Bennis, es necesaria una mayor inversión en tecnologías, en especial en inteligencia artificial, que puede ayudar en los procesos informativos de las agencias, según explicó a EFE en un descanso de la reunión.

El director gerente del consorcio, Wolfgang Nedomansky, admitió los temores que suscita la IA, pero también señaló las «oportunidades» que puede generar.

Se trata «de cómo usar la inteligencia artificial de modo correcto», según Nedomansky, quien reconoció que se trata de un «dilema común» a los medios, pero avanzó que el objetivo es «producir contenidos de un modo más eficaz».

«Hay que ofrecer nuevos servicios basados en la IA», dijo el director gerente, para quien no se trata exclusivamente de un asunto que afecte a las agencias, sino a los medios de comunicación en general.

Con información de EFE