

# La inteligencia artificial en el periodismo: ¿oportunidad o amenaza?

**JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA**

Es indudable. Los medios de comunicación van a usar de forma masiva la inteligencia artificial (IA) a la hora de producir información. Forma parte de la dinámica de la revolución tecnológica, uno de los factores que están en la propia naturaleza de los medios y, por ende, del periodismo. La llegada de herramientas de IA cada vez más potentes representa, en el imaginario colectivo del periodismo, una indudable amenaza para “el facto humano”, es decir, para los periodistas.

En un reciente artículo de la revista *In These Times*, Hamilton Nolan se planteaba tres preguntas sobre la relación entre IA y periodismo: ¿es probable que los medios de comunicación empiecen a usar de forma masiva la IA para elaborar sus noticias? ¿Lo notaríamos en la calidad de los textos? ¿Puede ser la

deshumanización del periodismo algo, de hecho, bueno para su credibilidad?

Nolan considera que nadie puede dudar de que “los algoritmos están aumentando su refinamiento día a día”, hasta el punto de que ya son capaces de ofrecer un “simulacro” del trabajo del periodista: pueden escribir historias sencillas, dibujar ilustraciones o replicar su voz para leer las noticias. Sin embargo, las herramientas de IA nunca podrán hacer un periodismo ético, que es el valor distintivo de los buenos medios y la base de su credibilidad.

Entonces, debemos preguntarnos qué es eso de periodismo ético y cómo se hace. Para Nolan, es el proceso previo que todo buen redactor debe hacer antes de ponerse a escribir. Son las preguntas básicas en los procesos

de producción de la información: “¿por qué esto es noticia? ¿Cuáles son las fuentes? ¿Cómo se obtienen las conclusiones? ¿Cómo me aseguro de que los puntos de vista contradictorios se presenten de forma justa? ¿He omitido algo que pueda ir en contra de mi tesis? ¿Está la historia indebidamente sesgada?”.

Es una obviedad afirmar que hay buen periodismo y mal periodismo. Por lo tanto, podemos pensar en que habrá buen periodismo que utilice la IA y mal periodismo de IA. ¿Cuál es la diferencia principal entre ambos? Que el buen periodismo siempre es responsable. Como afirma Nolan, “somos responsables. Esa es la diferencia. Las instituciones del periodismo viven de la credibilidad, y esa credibilidad se concede como resultado directo de la responsabilidad que acompaña a cada historia”. Como es absurdo exigir responsabilidad a las herramientas tecnológicas, “su trabajo nunca podrá ser considerado periodismo, y publicarlo como tal no es ético”.

Según un reciente estudio de mis compañeros Luis Núñez Ladevéze y Tamara Vázquez, los primeros usos de la IA en las redacciones se aplicaron a la automatización de funciones más inocuas de búsqueda, clasificación y selección de la información. El informe de Associated Press *How Artificial*

*Intelligence will Impact Journalism* ya recoge utilidades para la redacción de noticias. Los datos de implantación de la IA en las redacciones permiten confirmar que el periodismo automatizado, periodismo algorítmico o periodismo aumentado experimenta, confirmando las previsiones anticipadas por Ortega y Gasset sobre el devenir del progreso técnico, un acelerado crecimiento.

Para algunos, la automatización aumenta la productividad y la eficiencia en la producción de contenidos, ventajas que pueden beneficiar a un sector en crisis, como es el de la prensa, tan condicionado por las nuevas formas indiscriminadas de acceso, producción y difusión de información propiciadas por la red. La implantación de la robotización sustitutiva de las tareas de redacción por el automatismo parametrizado faculta para manejar cantidades ilimitadas de datos. Pero si algunos confían en la IA para contrarrestar el *fact-checking*, como un antídoto para los rumores, las fabulaciones informativas y la desinformación; para otros, la edición automatizada es oscura y opaca y, según algunos estudios, tiende a concentrar más poder en manos de los poderosos. El uso del filtrado social para la selección de las noticias y de la personalización en la red plantea serias dudas sobre sus beneficios sociales.

Como señalan Ladevéze y Vázquez, “alineados con la propuesta de Linden de supeditar la técnica a las capacidades humanas como corresponde a toda artesanía, hay ventajas y desventajas interpretadas según el punto de vista que se adopte. Se confirma la ambivalente neutralidad de la técnica, cuyo uso puede ser adaptado como todo instrumento por resultar compatible con la diversidad de los mundos de la vida. La cuestión fundamental es cómo preservar los valores democráticos de libertad e igualdad cuando la tecnología es instrumento para concepciones del mundo autoritarias, que entronizan la supeditación de la mujer al hombre, la supremacía de las castas y la supeditación de la opinión popular a la voluntad del jerarca”.

En este número de *Cuadernos de Periodistas*, nos hemos preguntado por la IA y su implicación para el periodismo. Justo cuando el número estaba entrando en máquinas, tuvimos noticia de la presentación de un estudio realizado mediante 900 entrevistas telefónicas por el equipo de campo de Metroscopia los días 25, 26 y 29 de mayo en toda España, encargado por Periodismo2030 y la Fundación AXA. Según las primeras informaciones de este estudio sobre cómo va a afectar el uso de IA en la

práctica del periodismo, pese a que el 72% de los españoles piensa que los medios no informan adecuadamente sobre los avances en IA, cuanto más jóvenes son los encuestados, más comprensión muestran sobre la dificultad de informar “teniendo en cuenta que es una cuestión que cambia rápidamente”. Asimismo, el 73% opina que los medios “contribuyen a la confusión en esta materia” y el 63% de los encuestados reconoce que “los medios de comunicación tienen un papel importante de control en la defensa del interés general”.

Los españoles creen que la IA supone un riesgo para nuestra privacidad (79%); que favorecerá la proliferación de bulos o noticias falsas (79%), y restará seguridad a la protección de nuestros datos bancarios (69%). Da lo mismo la edad del encuestado, la mitad de los españoles cree que la IA no mejorará nuestra forma de comunicarnos (49%). Los sectores que se beneficiarán más de la IA serán la medicina, el 85% de los encuestados cree que será la gran beneficiada; la gestión bancaria, 55%; la enseñanza, 46%, y el periodismo, 35%.

Quienes presentaron este estudio no se mostraron contrarios a que la IA cambie la forma de hacer buen

periodismo. No la vieron como una amenaza para esta profesión. Aunque estamos en los comienzos de la IA y hay que vigilar su desarrollo.

De todo esto, y de mucho más, nos hablarán aquí Pablo Sanguinetti, Jordi Pérez Colomé y Patricia Ventura Pocino. Además, en el número abrimos la ventana a otras cuestiones como la consolidación del pódcast en España: parámetros para el reconocimiento de una nueva industria cultural, de la mano de Luis Miguel Pedrero; el cambiante ecosistema del periodismo digital, por Naimid Cirelli; o la cartografía ibérica del periodismo digital, estudio capitaneado por Ramón Salaverría.

También presentamos un mosaico de ocupaciones y preocupaciones periodísticas, con la colaboración de Juan Luis Cebrián sobre wikiperiodismo; la de Nemesio Rodríguez sobre la asignatura pendiente de la alfabetización mediática; una llamada de atención sobre las directoras que faltan en España, por María Ramírez, o la cuestión del pacto de silencio para los periodistas secuestrados, por María Cristina Plaza. Por último, nuestras secciones habituales “Consultorio Deontológico”, “Buena Prensa”, “Tendencias” y referencias bibliográficas de novedades editoriales. Todo ello, al servicio del buen periodismo.

**José Francisco Serrano Oceja**

Director de *Cuadernos de Periodistas*