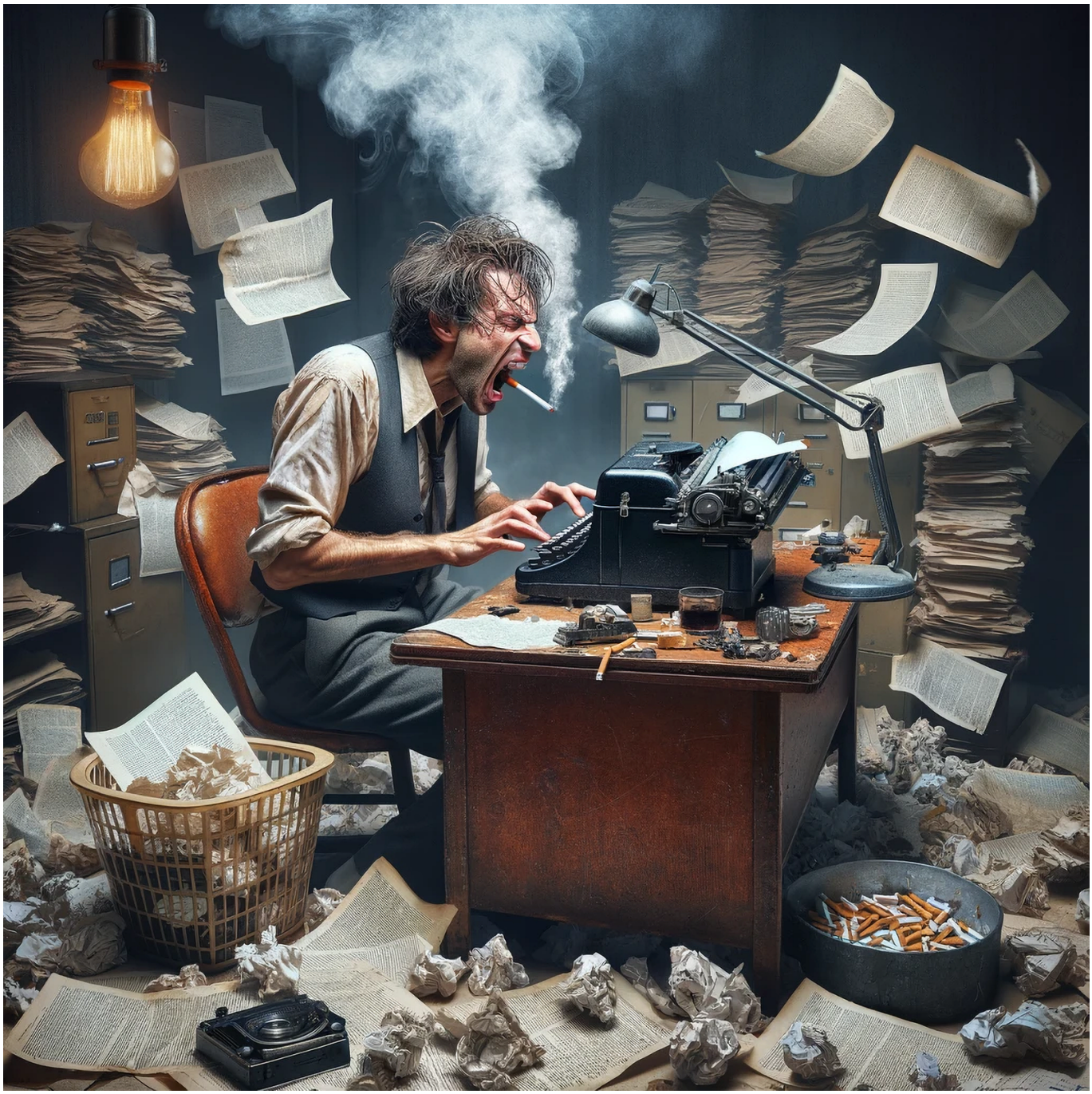
Cuando llega la IA al periodismo, nos coge desfondados

Por José Francisco Serrano Oceja

15/01/2025 | https://doi.org/10.63083/lamec.2025.24.jfso



No hace muchos días, la periodista Helena Farré escribía un análisis en Aceprensa sobre “la difusa línea que separa a periodistas y creadores de contenido”

Tengamos en cuenta que el último informe del Pew Research Center, publicado en noviembre, afirma que el 37% de los estadounidenses menores de 30 años se informa a través de news influencers (que en su mayoría no tienen formación periodística ni han trabajado en medios de comunicación), en vez de a través de periodistas.

En ese texto tuve la oportunidad de explicar que un periodista es una persona que asume la delegación de la sociedad para trabajar con una serie de criterios de carácter técnico y deontológico en la transmisión de la información y de las ideas en la sociedad. La función del periodista es narrar, describir el mundo, contar historias. Historias de relevancia para la gente. La función del periodista está más volcada en la información que en la opinión, y lo que hacen los creadores de contenido está fundamentalmente basado en la opinión, no en la información, que es lo específico y lo que todos necesitamos.

Me gustaría poner en contexto esta interpelación hablando de las crisis en las que está inmersa la crisis del periodismo. Y no es sólo un juego de palabras. Una crisis que tiene algunos de estos síntomas, entre ellos la interpelación que la Inteligencia Artificial hace al Periodismo. Una interpelación que nos coge con esta situación profesional que voy a describir. Recordemos que antes decíamos que no hay periodismo sin periodistas. ¿Habrá periodismo sin periodistas pero con IA? ¿Quiénes son y cómo trabajan los periodistas? En un tiempo marcado por la polarización en los medios, la precariedad laboral sigue siendo el mayor problema de la profesión. Una situación que se ve reflejada sobre todo en las jornadas laborales de los profesionales, que en más de la mitad de los

casos superan con creces las 40 horas semanales marcadas por la ley. Y en los todavía bajos salarios que un buen porcentaje de periodistas perciben por su trabajo.
La encuesta de la Profesión Periodística 2024 nos habla por ejemplo de la escasa incorporación de mujeres a puestos de responsabilidad en los medios informativos. Por cierto que no todo van a ser, incluso en serie histórica, noticias negativas. El paro en la profesión se reduce, en un 4,8%, volviendo a cifras similares a las de 2022, y los matriculados en los estudios de Periodismo y Comunicación Audiovisual aumentan ligeramente. Además, disminuye el número de falsos autónomos, entre periodistas y comunicadores contratados, en ambos casos en 4 puntos con respecto a 2023.

Otra cuestión de la crisis, el periodismo en su circunstancia. La falta de libertad e independencia en los medios tiene mucho que ver con las presiones que reciben los periodistas a la hora de desempeñar su trabajo. El número de periodistas que afirman haber recibido en alguna ocasión presión para cambiar una información, aumentan los que dicen haberse sentido así en múltiples ocasiones. Lo preocupante de ello, un año más, es que siguen siendo mayoritariamente los directivos del medio los que suelen ejercer dichas presiones y que estas normalmente responden a intereses de la empresa editora y también a intereses políticos.

Esta situación junto con la precariedad laboral comentada influye indudablemente en la salud mental de los profesionales. De hecho, la mayoría de los periodistas y comunicadores encuestados, en torno al 70%, consideran que ese es un problema grave o algo grave de la profesión. Y, en el caso particular del encuestado, alrededor de un 66% reconoce tener algún problema de salud mental en mayor o menor grado.

Sobre la Inteligencia Artificial, 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 hacer un

uso masivo de la inteligencia artificial (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 por 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 que estos 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 Nolam, “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”.

Volvamos a los datos de la actualidad. Un 60% de los encuestados en el citado Informe de la Profesión Periodística

considera que la utilización de inteligencia artificial generativa (IAG), aquella que es capaz de generar contenidos e imágenes, debería restringirse más. De hecho, un 92% cree que favorece la desinformación y que por tanto sería conveniente avisar a la audiencia de su utilización. Aun así, el 85% le augura bastante futuro en periodismo y comunicación y considera que se consolidará como una herramienta recurrente dentro de las redacciones y empresas. Crece la utilización de la IAG en los medios y departamentos de comunicación, sobre todo en estos últimos. No obstante, en la mayoría de los casos todavía se emplea de forma esporádica o experimental.

¿Cómo hacer que la IA aplicada al periodismo por los periodistas sea una oportunidad y no la puntilla a nuestra crisis y a nuestras crisis? Habrá que pensarlo.

BIO

José Francisco Serrano Oceja

Universidad CEU San Pablo (España)
Catedrático de Periodismo. Director de “Cuadernos de Periodistas”.
Archivero Bibliotecario de la Asociación de la Prensa de Madrid

Más artículos del autor

La Mecedora Divulga is licensed under CC BY-NC-ND 4.0