

Periodismo e inteligencia artificial: convertir la amenaza en beneficio

DANIEL PABÓN

El artículo nos ofrece una crónica sobre el futuro de la profesión del periodista a la luz del debate mundial que se ha suscitado con la aparición de la llamada inteligencia artificial (IA). La controversia que se ha suscitado coincide con la celebración en nuestro país del Día del Periodista (27 de junio). La conclusión a la que llega el texto es que nuestra profesión tiene la obligación de adecuarse a las nuevas realidades que emergen en el mundo de las nuevas tecnologías, sin abandonar el norte que le da sentido y vida al periodismo: informar sobre la realidad con sentido de verdad.

Más de un investigador ha ensacado al periodismo entre las “dinoprofesiones”. Este es un término reciente que designa a aquellos empleos y funciones sociales con amenaza de extinción por el avance de la inteligencia artificial (IA). Una de las imágenes de pequeños dinosaurios que se ha hecho viral en redes sociales es, justamente, la que viste al reptil fósil con lentes, camisa y corbata y, en las manos, un micrófono y una cámara.

No parece baladí. Hacia 2025 podrían desaparecer o quedar obsoletos unos 85 millones de puestos de trabajo debido a la evolución de la IA, estima el Foro Económico Mundial.

Este de 2023 quizás sea el primer 27 de junio, Día del Periodista en Venezuela, que coincide con la explosión del debate mundial acerca del futuro de esta profesión a la luz de la IA.

Un tema que le reventó en la cara a la humanidad durante los últimos meses, como recogió la FundéuRAE al otorgarle el título de palabra del año a la expresión ‘inteligencia artificial’.

“Este concepto ha pasado de ser una tecnología reservada a los especialistas a acompañar a la ciudadanía en su vida cotidiana”, justificó la Fundación del Español Urgente al comunicar la selección de entre otras once candidatas como criptomoneda, gripalizar o sexdopaje.

Pero ¿qué es, exactamente, inteligencia artificial? El diccionario académico la define como una “disciplina científica que se ocupa de crear programas informáticos que ejecutan operaciones comparables a las que realiza la mente humana, como el aprendizaje o el razonamiento lógico”.

AGENDA PÚBLICA

Ni Disney Pixar produjo una nueva película animada sobre Simón Bolívar, ni el papa Francisco se paseó por el Vaticano con un abrigo blanco acolchado de la firma Balenciaga ni los Jonas Brothers dieron un concierto en ropa interior. Todo se viralizó, aunque todos los receptores no supieron que eran obras de la IA.

En un mundo cundido de desinformación, pospandémico y en guerra, tan complejo de explicar, ¿no es más indispensable socialmente el periodismo?, ¿lo está conduciendo la IA hacia su muerte? Las respuestas encajan en un debate que se cuenta en gerundio.

ES COPILOTO, NO CONDUCE

Frente a la nueva disrupción tecnológica de la IA, para el periodismo será más importante que nunca destacarse en términos de su rigurosidad, su utilidad y su humanidad. Así lo vislumbra el *Digital News Report 2023*, firmado por el Instituto Reuters y la Universidad de Oxford.

Los datos de este estudio mundial revelan que el público se muestra ambivalente con respecto a los algoritmos, aunque sigue sin convenirse de que los periodistas y los medios puedan hacerlo mejor a la hora de curar o resumir los acontecimientos más importantes.

Ante la duda de la gente, este desafío: restaurar la relevancia y la confianza, satisfaciendo las necesidades de las audiencias. “Construir relaciones y comunidades no consistirá únicamente en llevar a la gente hacia los sitios web y las aplicaciones, sino también en entregar, a través de otras plataformas y otros canales, información confiable que aporte un valor real a los consumidores, a cambio conseguir reconocimiento y, con suerte, réditos económicos”.

La clave está, entonces, en resignificar la amenaza y hallar los beneficios de la IA para la profesión. El director del medio de verificación argentino Chequeado, Pablo Fernández, lo planteó con esta metáfora en una conferencia reciente: la clave del uso de la IA en los medios es que sea el copiloto del periodista y no al revés. Quien maneja el auto es el profesional y tiene al lado a la IA para que le ayude a ser más rápido, más preciso o llegar antes al lugar.

Por la misma vía se ha expresado la colombiana Fundación Gabo en sus más recientes artículos sobre el tema. La IA goza de enorme poder para automatizar la redacción en temas donde no se requiere alguna pericia en particular, mientras los periodistas concentran su energía en temas más relevantes e interesantes donde se precise su talento y creatividad, mejorando la personalización de los contenidos con el análisis de los intereses de los lectores.

Pasemos de la teoría a los ejemplos, de la mano de la misma Fundación Gabo: Chequeabot es un robot que detecta mentiras en Chequeado (Argentina). Verificado (México) incorporó Pinpoint, herramienta de búsqueda de datos basada en la IA de Google que, por ejemplo, los ayudó a analizar discursos del presidente López Obrador. Ojo Público (Perú) desarrolló Funes, su propia herramienta de IA para facilitar el análisis de datos en busca de casos de corrupción. *El País* (España) utiliza Perspective para moderar comentarios en la web.

Tanto los límites éticos como la regulación internacional son dos de los grandes desafíos que enfrenta la expansión de la IA.

¿Y QUÉ OPINA LA IA?

La aplicación más famosa de IA quizás sea el ChatGPT, un chatbot de la empresa de tecnología OpenAI que genera conversaciones similares a las de cualquier humano. El pasado 23 de junio de 2023 le hicimos la pregunta clave de esta nota, y a continuación transcribimos toda su respuesta:

—¿La inteligencia artificial va a acabar con el periodismo?

—Como modelo de lenguaje IA, no tengo la capacidad de predecir el futuro con certeza absoluta. Sin embargo, es poco probable que la inteligencia artificial acabe con el periodismo. Si bien es cierto que la IA puede automatizar algunas tareas rutinarias del periodismo, como la transcripción de entrevistas o la generación de informes financieros, todavía hay muchas habilidades humanas que son necesarias para el periodismo, como la investigación, el análisis crítico y la narración de historias. Además,

los periodistas tienen un papel importante en la verificación de los hechos y en garantizar que las noticias sean precisas y éticas. En resumen, aunque la IA puede ser una herramienta útil para los periodistas, no reemplazará completamente a los profesionales humanos en el campo del periodismo.

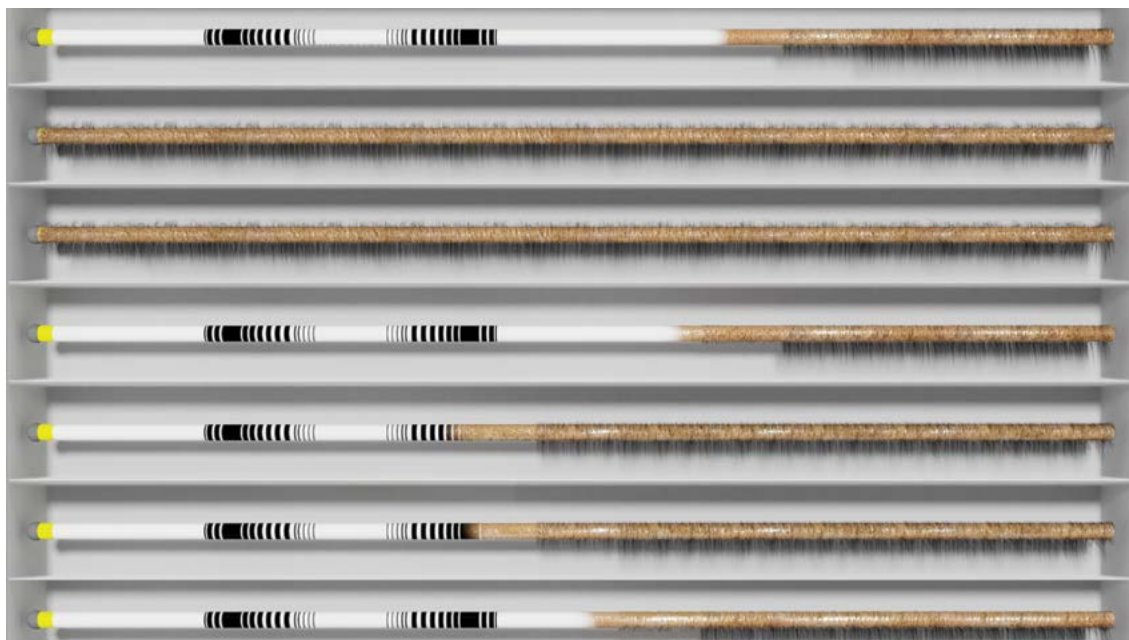
“Tendremos que lidiar con la IA, pero vamos a salir bien de esto”, confía el periodista Ramón González Escorihuela, fundador de la carrera de Comunicación Social en el núcleo Táchira de la Universidad de Los Andes. Doctor en Historia, lo ejemplifica en el tiempo: cuando se creó el cine, a finales del siglo XIX, se pensó que acabaría con el teatro, y no ocurrió. Cuando emergió la televisión, en pleno siglo XX, se dijo que acabaría con la radio, y tampoco fue así.

Todo el año, y más a propósito del Día del Periodista, es válido que la gente se pregunte

para qué un periodista, si alguien le da los datos a la inteligencia artificial y un chat escribe todo, se cuestionó el académico, entrevistado por Lorena Arráiz en *Éxitos 103.1 FM*. “Puede ser que te escriba, pero ese conocimiento, esos sentimientos, esas pasiones humanas... ¿lo va a hacer la inteligencia artificial? Los periodistas y sus formadores deben tratar, primero, de adecuar los estudios a las nuevas situaciones y, segundo, de ver las cosas con optimismo”.

DANIEL PABÓN

Periodista con maestría en Ciencia Política. Profesor de periodismo en la Universidad de Los Andes y en la Universidad Central de Venezuela. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.



Galería de Papel. *The Pool. Meeting Point* -16-21. Solimán López (2023).