

Anexos

A continuación se muestran las entrevistas transcritas que han acompañado a la investigación:

Entrevistado: Miquel Pellicer, periodista y director de comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

P: En primer lugar, es un hecho que actualmente la IA se está integrando en la profesión periodística cada vez más, ¿podría hablarme de algún avance que le haya llamado la atención?

R: En los últimos tiempos, estamos asistiendo a una evolución cada vez más rápida de lo que son las herramientas y de IA. En los últimos seis meses hemos visto como el procesamiento de textos, y los chats están evolucionando muy rápido. En los campos gráficos, a nivel de creación de imágenes y vídeos tenemos *Stable Diffusion*, *DALL.E 2* o *Midjourney* entre otros. La inteligencia artificial hace mucho tiempo que funciona pero es cierto que últimamente *Open AI* está poniendo a disposición de la gente todas estas herramientas y de forma gratuita. Aquí debemos distinguir dos niveles: el nivel de usuario como consumidor de IA y el nivel de visión de los medios de comunicación.

En lo que se refiere al usuario existe un desarrollo cada vez mayor de estos *prompts*, es decir, aquí hablamos de las peticiones que le hacemos a la inteligencia artificial en un sentido amplio para buscar cosas o encontrar respuestas. Esto cada vez se está haciendo más complejo y más específico.

En cuanto a medios de comunicación hay un histórico, parece que con *ChatGPT* los medios acaban de descubrir algo nuevo, pero no es así. Hace años que muchos medios anglosajones están usando herramientas de IA como *Heliograf*. Obviamente en España hace mucho tiempo que las herramientas de IA se están utilizando para automatizar contenidos, hay empresas con base en España que ya están ofreciendo contenidos de meteorología, deportes, bolsa etc donde hay patrones establecidos como Narrativa Inteligencia Artificial. También existen medios que están usando la IA como reclamo para producir imágenes y publicar fotos generadas con IA. Es un ámbito de desarrollo en el que tenemos mucho que pensar los periodistas.

P: Existe un claro debate sobre si los robots nos sustituirán en el trabajo, ¿qué opina sobre ello?, ¿cree que desaparecerán unos puestos y surgirán otros?, ¿es la IA una oportunidad para diversificar más el trabajo de periodista apareciendo hasta nuevos empleos?

R: Es un debate que es necesario pero es simplista. Desde la revolución industrial en Inglaterra ya existía el ludismo, es decir, la gente destruía las máquinas de tejer porque creían

que les iban a quitar el trabajo. Ahora mismo estamos viviendo un neoludismo, es decir, el miedo a que la IA como proceso de automatización reduzca el trabajo humano y reduzca posiciones laborales. Es un debate histórico. Digo que es muy simplista porque al final reduce la capacidad de los trabajadores como si no tuvieran tiempo de adaptarse. El periodista tiene que aprender y adaptarse, como periodistas nuestra obligación es ser flexibles, estar atentos a las tendencias y a las realidades y evolucionar en nuestro trabajo.

P: Bajo mi punto de vista, no creo que nos vayan a sustituir en el trabajo sino que harán que se nos exijan otras cosas, nuevos perfiles de periodista. ¿Qué papel pueden jugar las facultades de periodismo en este sentido? ¿Cree que deberían modificar sus planes de estudio?

R: Yo tengo una hipótesis de trabajo que a mi me sirve, es la triple evolución de los periodistas. Los periodistas tenemos que trabajar tres tipos de competencias:

-Competencias duras (hard skills): Son las competencias propias de la profesión, como saber contrastar, saber trabajar con diferentes géneros periodísticos, realizar la verificación de datos etc

-Competencias suaves (soft skills): En un mundo de transformación digital tenemos que trabajar las competencias de creatividad, de trabajo en equipo y de ser capaces de trabajar con perfiles multidisciplinares: redacciones de perfiles muy variados. Y esto que parece muy hippie es una tendencia necesaria. Porque las organizaciones cada vez están más formadas por una mezcla de diseñadores, programadores, analíticos, SEO, periodistas etc.

-Competencias digitales (digital skills): Aquí entra la capacidad que tenga la gente de entender sobre tecnologías, son cuestiones que tienen más que ver con entender cómo se puede trabajar con IA, metaverso o potenciar competencias digitales: SEM, PAIT etc

En la parte digital, con la IA hay una profesión que está surgiendo: los prompt designers. Son las personas que hacen las preguntas concretas a las IA, que las entrenan. Esto parece muy banal pero puede ser una nueva oportunidad laboral.

Es necesario que el propio periodista haga una evolución en todas estas competencias. Es una realidad que las facultades también juegan un papel fundamental, pero los periodistas tenemos que tener la curiosidad como base. Las empresas, las instituciones, los medios de comunicación tienen que hacer también una reformulación de sus perfiles, es necesaria una renovación estructural. Así es como evolucionan los perfiles periodísticos. Yo como profesional he ido evolucionando digitalmente con mi blog y he ido renovándome, la gran ventaja de esta nueva generación de periodistas es que gracias a las redes sociales y las plataformas pueden empezar a labrarse un buen futuro sin mediatizarse en una gran cabecera.

P: En cuanto al debate ético que se plantea, ¿cree que habría que tener más transparencia o adaptar el código deontológico a las necesidades de la práctica con IA?

R: Que yo tenga una visión optimista de la IA no quita que crea que tenga que haber regulaciones. No tanto regulaciones periodísticas, sino regulaciones del propio uso de la IA en las sociedades. Ahí hay marcos legales que la UE y EE.UU se están planteando, qué impacto tendrá y cómo lo podemos regular. Empieza a haber regulaciones de esto.

En el marco más profesional se tiene que desarrollar un marco deontológico y legal para que quede bien regulado. Un ejemplo: ya hay medios que usan IA y a veces ni queda identificado. Hay medios que desde hace tiempo no están informando que hay noticias ya automatizadas y robotizadas.

El debate tendría que haber comenzado hace años. La cuestión es ver de qué forma la gente se informa. Las etiquetas tienen que quedar fuera de este debate. Ahora bien, el periodismo tiene que tener unas bases para que la gente sepa de dónde vienen las cosas. Yo creo que las asociaciones de periodistas y los colegios profesionales tienen que encarar el debate desde un punto de vista muy realista y sobre todo muy práctico, a veces en los colegios oficiales los debates son muy antiguos, denostados. (buena bolsa de trabajo, coberturas legales etc) tengo la sensación de que estos debates les quedan lejos a veces. es un liderazgo que tiene que asumir. Los periodistas que empezáis a hacer cosas tenéis que tener unas pautas. igual que la contrastación es la base.

Las bases del periodismo se pisan continuamente, y es porque el mundo digital exige inmediatez. Los criterios básicos de contrastación de noticias en la prensa española se pisan y traspasan continuamente. Los criterios periodísticos no están ahí, ya no hablamos ni de tecnologías, sino de códigos deontológicos adaptados a lo que está pasando actualmente. Se tiene que volver a recordar lo que es básico para todos.

P: ¿Cómo ve el futuro del periodismo en convivencia con la IA? ¿Hasta dónde llegarán los avances?

R: Creo que veremos cosas que no nos imaginamos en cuanto a IA, creo que tenemos que tener la mente abierta para entender primero cómo podemos innovar en periodismo, cómo podemos ser creativos y cómo podemos ser flexibles ante esta transformación digital que cada vez viene más acelerada. Tenemos que ver la tecnología con una mirada innovadora y tratarla como una aliada.

Entrevistada: Lucía Benítez- Eyzaguirre, periodista, experta en género y profesora de la Universidad de Cádiz.

P: Existe un claro debate sobre si los robots nos sustituirán en el trabajo, ¿qué opina sobre ello?, ¿cree que la IA es una oportunidad para diversificar más el trabajo de periodista apareciendo hasta nuevos empleos?

R: El periodismo siempre ha estado amenazado por el desarrollo digital, desde sus inicios, con una resistencia por parte de la profesión periodística a aceptar la realidad. A mi me da mucha pena esto. Hace años ya me di cuenta del problema, estamos dando mucha información gratuita y no va a haber razón para comprar un periódico. Hay generaciones de grandes periodistas que han terminado en el paro por no querer aprender y sin posibilidad de reciclaje. Durante estos años he hecho talleres intentando que la gente tome conciencia. Los principios del periodismo siguen siendo que lo urgente va por delante de lo importante y la urgencia nos ha matado. No nos hemos sabido reinventar.

Siempre desaparecen trabajos y aparecen otros nuevos. Aunque en este aspecto el tema del género es muchísimo más grave, porque actualmente en las escuelas de ingeniería hay como mucho un quince por ciento de mujeres matriculadas, y el concepto de futuro es un concepto en el que prácticamente un grueso del empleo va a ser tecnológico. Otro impacto grave, por la misma razón, es que cada vez las tecnologías son más machistas. Las labores de servicios están más ligadas a mujeres y ahí se sigue manteniendo algo de trabajo para ellas, pero al mismo tiempo se mantiene la brecha salarial ya que seguimos siendo asistentes sanitarias y los hombres tecnólogos. En ese contexto la IA va en contra de la igualdad. Realmente el escenario es muy duro. O empezamos a cambiarlo o puede ser una distopía. muy duro el futuro. En definitiva, no creo que el futuro vaya a ser duro por la desaparición de puestos sino por el problema de género en su conjunto.

las labores de servicios están más ligadas a mujeres y ahí se mantiene algo de trabajo para ellas pero al mismo tiempo mantiene la brecha salarial. seguimos siendo asistentes y sanitarias. y los hombres son tecnólogos.

P: Bajo mi punto de vista, no creo que nos vayan a sustituir en el trabajo, sino que hará que se nos exijan otras cosas, nuevos perfiles de periodista. ¿Qué papel pueden jugar las facultades de periodismo en este sentido? ¿Cree que deberían modificar sus planes de estudio?

R: Hay mucho profesorado que no tiene formación tecnológica, entonces tienen cierta resistencia. Esto al final es una gran máquina y la gente se irá aproximando, pero se van aproximando de una forma muy general y desinformada. No se profundiza en el empoderamiento digital ni en la soberanía digital.

Es coherente con el contexto digital, esto se ha desarrollado en torno a los deseos y el consumo pero no en conjunto con las necesidades humanas. Podríamos tener una IA contra la discriminación de género, por ejemplo, o el calentamiento global, los cuidados etc. Pero las han diseñado hombres, y precisamente por eso no se entienden las necesidades de la misma manera que nosotras las vemos. Hay resistencia en muchas facultades y titulaciones a aceptar que la digitalización tiene que estar dentro de las competencias de los estudiantes.

P: En cuanto al debate ético que se plantea, ¿cree que habría que tener más transparencia o adaptar el código deontológico a las necesidades de la práctica con IA?

R: La IA es en realidad un desarrollo que se aplica a diferentes tecnologías. El último avance es *ChatGPT3*. Tiene problemas serios a pesar de que es una interfaz muy accesible para todos y con un sistema de aprendizaje de procesamiento de lenguaje natural, un lenguaje muy coherente. Sin embargo, no estamos discriminando qué aprende y qué no. Tiene muchos sesgos sexistas y racistas. El desarrollo digital que hemos tenido se basa en un concepto que se llama sexismo digital, al final la IA ha estado implementada por hombres jóvenes.

ChatGPT resulta opaco porque no facilita las fuentes y son informaciones son difíciles de contrastar. Es verdad que hay otros sistemas de IA, por ejemplo, *reflexivity* que si usa lenguaje natural y da enlaces a las fuentes. *ChatGPT* no profundiza, explica bien pero confunde porque parece que detrás de esa respuesta hay una persona, influye en la toma de decisiones y sentimientos.

P: ¿Cómo afecta la IA al tema de la perspectiva de género, genera desigualdades?

R: Ya hay muchísimas tecnologías basadas en la IA. Por una parte, está el problema del procesamiento del lenguaje natural, como tenemos un lenguaje marcadamente de género pues eso hace que todas las búsquedas estén influidas por este defecto. Al mismo tiempo, el hecho de que las máquinas reconozcan imágenes y les atribuyen etiquetas aumenta la desviación de género. Todo esto teniendo en cuenta que las están corrigiendo permanentemente. También esto influye en los algoritmos de las redes sociales, se supone que la cuenta de Instagram de una mujer tiene una visibilidad del veinticinco por ciento, respecto al setenta y cinco por ciento de las de los hombres. Este es el mismo patrón que siguen las industrias musicales para hacer más visibles las canciones de los hombres que las de las mujeres.

También son tecnologías que están segregando por género y que presentan problemas en los procesos de selección de personal de algunas empresas, porque son decisiones automatizadas y que tiene desvíos de género impresionantes. Hay incluso búsquedas concretas de empleo, como las de Amazon, que te arrojan currículums masculinos.

Es un escenario en que toda una tradición de discriminación de la mujer está automatizada multiplicada por distintas tecnologías. Si no se corrige la tecnología anterior esos errores alimentan a la siguiente y es como una gran bola de nieve. También aprenden de las interacciones con las personas y no seleccionamos de qué personas lo hacen.

P: ¿Cómo ve el futuro del periodismo en convivencia con la IA? ¿Hasta dónde llegarán los avances?

R: A pesar de los datos yo no soy pesimista. La situación de discriminación es grave pero la gente va tomando conciencia y va reaccionando. Hay un movimiento que confío que ayude a reconducir la situación, ya que no podemos tener una IA que ponga en riesgo nuestras vidas

ni tampoco una IA desarrollada únicamente por hombres blancos y heterosexuales ya que se está demostrando que es un peligro para la humanidad. Pienso que la situación actual es un desastre pero como siempre lo solucionaremos.

Entrevistada: Sofía Sánchez González, jefa de operaciones de la empresa Narrativa Inteligencia Artificial

P: ¿Cómo nace Narrativa y con qué propósito?

R: Narrativa se creó en 2015, el propósito era crear contenido de una manera más ágil. El periodismo está para sacar piezas de relevancia, nosotros hacemos noticias de meteorología, deportes, finanzas... a partir de datos. Para qué va a tener a un periodista redactando información más sencilla como el tiempo pudiendo estar haciendo cosas más relevantes y que requieren otro trabajo. Narrativa nació para ayudar al periodismo. Ahora estamos también en otros campos como el entretenimiento pero el propósito era ese.

P: ¿Cómo trabaja Narrativa en lo que se refiere a la automatización de noticias? ¿Cual es el proceso actual?

R: Lo primero que tenemos que tener es una base de datos con la que alimentar a la máquina, con las herramientas de IA se va haciendo la noticia que parece como si la hubiera hecho un humano. Pero sin la base de datos no se puede hacer nada. Nosotros trabajamos con grandes bases de datos con las que alimentamos nuestro principal sistema de inteligencia artificial al que hemos denominado *Gabriele*.

P: He leído que solo trabajáis con temas de datos como fútbol o economía, ¿esto sigue siendo así o podéis hacer más cosas?

R: Estamos haciendo cosas de entretenimiento como: “las 10 películas más vistas en Argentina en 1 semana”, o cosas por el estilo que a la gente le gustan. También en la industria farmacéutica en el ámbito de descripción de los medicamentos etc.

P: ¿Con qué medios trabajáis actualmente?

R: En España trabajamos actualmente con RTVE, Diario Sport y Crónica Global. En Latinoamérica con Infobae, Claro Sports, ABC Color... Ha solicitado también nuestros servicios diarios como *The Wall Street Journal*. Desde la aparición de *ChatGPT* los medios de comunicación se han mostrado más dispuestos a acoger este tipo de tecnologías, pero sigue habiendo cierta reticencia. Hay mucha desinformación al respecto, muchos periodistas no son conscientes de que la IA les permitirá centrarse en noticias de valor añadido y que, además, ellos pueden ayudar con sus conocimientos a la IA. Por ejemplo, *Gabriele* puede detectar que se ha caído la bolsa y hacer una pequeña noticia sobre ello, pero realmente no sabe el por qué. Ahí es donde entra la capacidad de análisis del periodista.

P: Estáis realizando un nuevo proyecto para la España Vacía y las elecciones de este año, ¿en qué consiste?

R: Con RTVE estamos colaborando para cubrir las próximas elecciones y dar información electoral de aquellos pueblos de menos de 1000 habitantes. De esta manera, los datos de cada pueblo aparecerán en la página web de RTVE y la gente de esos pueblos podrá consultarlos sin problema.

Kiko Llaneras, periodista de análisis de datos en El País

P: Según los artículos y trabajos de investigación que he consultado es un hecho que la IA se está integrando ya en muchas redacciones del mundo. Usted, como periodista de datos del país, me podría contar ¿qué avances en este sentido se han llevado a cabo en su periódico?

R: Pues ahora mismo en redacción no trabajamos con nada de eso. Ha habido mucha cobertura informativa sobre IA, también algo sobre creación de imágenes con esta tecnología, pero siempre como protagonista de las historias no como herramienta. No creo que esté ni en los planes a corto plazo del periódico porque tampoco creo que hayamos hecho la reflexión necesaria sobre cómo y para qué la usaríamos.

P: He leído también que se supone que la automatización en las redacciones está pensada para liberar al periodista del trabajo más engorroso, por decirlo de alguna manera, y que la máquina redacte noticias de datos, como fútbol, economía o elecciones. De hecho, la empresa Narrativa tiene un proyecto en marcha para este año en la España vaciada para automatizar los resultados de las elecciones. Como periodista de datos que eres, ¿qué opina sobre esto?, ¿cree que la máquina sustituirá algunos trabajos de periodistas o que podrán convivir?, ¿cree que la IA es una oportunidad para diversificar más el trabajo de periodista apareciendo hasta nuevos empleos?

R: Es difícil saber en qué tareas vamos a usar la IA. En primer lugar, porque es muy difícil saber en qué nos va a resultar útil; a veces pensamos que las cosas van a servir para una cosa y luego sirven para otra.. Con los móviles pasó lo mismo, se apostaba por las videollamadas y al final lo que más ha triunfado son los mensajes de texto. Hasta que la tecnología no llega no descubrimos dónde están los usos exitosos. Volviendo al periodismo, yo creo que no vamos a estar en la vanguardia de esto, los modelos de lenguaje son muy buenos siendo verosímiles pero no distinguen realidad de invención. Nosotros necesitamos una información de mucha precisión y confianza, no es lo primero que usaremos. Es obvio que las IA escriben bien, pero los periodistas debemos estar en el uno por ciento de personas que mejor escriben, hay muchos texto en el mundo que suplantar antes que el nuestro, es un texto muy caro y creo que no somos la escritura de menos valor añadido. Sin embargo, sí que creo que se van a integrar en todas partes: como editores de texto, buscadores... las vamos a usar como cualquier persona, no tanto en la producción sino en la documentación. Les pediremos resúmenes,

buscaremos fuentes... pero siempre con el rol de asistente. Creo que va a ser así en general, y eso te va poner a ti siempre al volante.

P: Si no nos sustituyen en el trabajo, yo creo que esta convivencia entre máquina y humano llevará a exigir al periodista nuevas cualidades, nuevos perfiles. ¿Qué opina usted? ¿Cree que las facultades deberían moldear su plan de estudios en este sentido?

R: Hay que seguir por esa línea. Va a ser necesario saber un poco de programación por ejemplo, estas nociones todo el equipo de redacción las necesita. La IA te puede ayudar a programar, por ejemplo. En general, no sé si se deberían dar clases de IA como tal, porque va a estar cambiando continuamente; pero sí creo que es una oportunidad para la gente joven, se abre un campo grande sobre qué periodismo se puede hacer sabiendo usar bien esta tecnología, hay una oportunidad de coger experiencia usando esta herramienta nueva y esto te va a ayudar a compartir con la gente que ya está consolidada en los medios y que no tiene el mismo tiempo para mantenerse en la ola de lo nuevo. La sensación de que hay algo nuevo y que por tanto hay oportunidades es innegable.

P: En cuanto al debate ético que se plantea, ¿cree que habría que tener más transparencia o adaptar el código deontológico a las necesidades de la práctica con IA?

R: Siempre hay que ser transparente en lo que se está haciendo, confiar en la capacidad del lector de que si le explicas algo lo va a entender. Si vas a usar una IA cuéntalo. Hay que pensar muy bien en qué lo vas a usar. En algunos casos escriben noticias de poco valor añadido pero con un SEO muy bueno, a lo mejor es una buena práctica para alguien que está buscando suscriptores, pero otros medios ya consolidados pues no van hacer eso seguramente. Todo depende de las necesidades del medio y del uso que se le quiera dar, pero siempre desde la transparencia.

P: Cuando mira al futuro, ¿cómo ve la convivencia entre per e IA? ¿Hasta dónde cree que llegarán los avances?

R: La IA va a tener un impacto grande en la sociedad en general, va a alterar muchas cosas. En periodismo no creo que vayamos a estar en la vanguardia, no solo porque igual tenemos motivos para no estarlo, sino porque en los últimos veinte años no hemos sido muy innovadores, los cambios con Internet se han dado de forma lenta. Los medios en España están muy pegados a la tradición. Hoy con la IA va a ser distinto, creo que la cultura si es distinta y que la innovación está mejor vista aunque sigue habiendo problemas de recursos. Como el cambio va a ser transversal, pues en el periodismo también, al final tenemos algunas necesidades especiales: creo que la IA nos escriba no es nuestra primera necesidad, ponemos mucho cariño en las palabras, pero en la parte de leer y documentarnos puede ser muy útil porque además tenemos que hacerlo muy deprisa. También cómo escribimos muy deprisa lo usaremos como editor para preguntarle qué ideas puedo añadir y cosas así.

P: ¿Me podría decir si en el caso de El País prevén introducir algún avance más en este sentido?

R: Hasta donde yo sé, las primeras decisiones que habrá que tomar son sobre las imágenes creadas con IA. Es necesario aclarar el tema regulador de los derechos de autor, sobre si hay que compensar a alguien por entrenar a esa IA que ha generado las imágenes. No hay una decisión todavía pero sí que vamos a usar imágenes generadas con IA.