

Innovar en Periodismo

De la desinformación al Metaverso

José Francisco Serrano Oceja y Cristina Jaramillo Sánchez (Ed.)

Editorial Tirant Humanidades

Valencia, 2023

340 pp.

ISBN: 978-84-19471-18-5



Unos de los méritos del libro “Innovar en Periodismo: De la Desinformación al Metaverso”, editado por los profesores José Francisco Serrano Oceja y Cristina Jaramillo Sánchez (Universidad CEU San Pablo), es tratar un gran número de las cuestiones candentes en el ámbito periodístico en el momento presente.

Son muchos los cambios que se vienen produciendo en el periodismo en los últimos años. A los producidos en la esfera laboral, en las rutinas profesionales y en el entorno empresarial, se une, a pasos agigantados, un nuevo paradigma en el consumo de noticias. Dependiente de los *smartphones* y los medios sociales, se define no solo por el acceso incidental sino por la percepción de “las noticias me encuentran”. El propio Digital News Report (2022) alude a las redes sociales, los algoritmos y las aplicaciones informáticas como los constructos clave para entender el consumo de noticias vigente por parte de los ciudadanos. Lo que, sumado a la sobreabundancia informativa y al clima de desconfianza y polarización, dibuja un panorama comunicativo en el que no es extraño, paradójicamente, estar mal informado.

El monográfico también tiene muy presente otros dos temas. Por un lado, el aumento exponencial de la desinformación. Y, por otro, las profundas transformaciones, también amenazas

potenciales, que aparentemente se acercan con la inteligencia artificial (IA). Fenómenos de los que, a título ilustrativo, da cuenta *Reporteros sin Fronteras*, en concreto en su Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2023. Al mismo tiempo que destaca los dramáticos efectos de la industria del engaño, aludiendo a las recurrentes campañas de desinformación, no ignora los efectos del ascenso de la IA generativa en el sistema mediático, de tal modo que “la diferencia entre lo verdadero y lo falso, lo real y lo artificial, los hechos y los artefactos se difumina, poniendo en peligro el derecho a la información”.

Las ideas que vertebran el trabajo colectivo aquí reseñado es el de la importancia del buen periodismo, en conexión con a) la verdad, b) la ética, c) la formación y d) la innovación y la aplicación, medida, de la robotización en los medios.

En efecto, reclamar la verdad como base epistémica de trabajo es una exigencia, pese al justificado desánimo. Motivado ciertamente por la irrupción de medios pseudo periodísticos, la precariedad laboral, la polarización política, la degradación de ciertas fuentes periodísticas, y la situación, entre la debilidad y la concentración mediática, de muchas empresas periodísticas. De hecho, como se apunta en uno de los textos, “ahora la inmediatez y la urgencia hacen bajar la guardia y llevan a aceptar información de fuentes dudosas, igual que

llevan a textos donde los límites de información y opinión se difuminan o donde los datos no están claros” (p. 54).

En cuando a la visión ética de esta monografía, se propone como guía de la actividad periodística. Por ejemplo, se inclina por lo humano frente a la implantación agresiva de lo tecnológico, robótico y “transhumano”. Especialmente si se tiene en cuenta que podría ser cada vez más común que un androide hiperrealista presentara un programa de televisión, como ocurre en Japón (p. 64).

El libro también le da importancia a la formación. Se inclina, con determinación, por la lucha continuada y personal por ser un buen profesional, con el humanismo como pieza fundamental. En un marco laboral complicado (Informe Anual de la Prensa 2022, APM), cada vez es más acusado el paso “de un entorno donde los medios eran los guardianes, a otro en el que las plataformas son las que controlan el acceso a las audiencias”. A través de diferentes estudios, presta atención a las competencias blandas y a la persistente brecha entre las competencias que demandan las empresas y la enseñanza universitaria

En sus páginas también se aborda profusamente la cuestión de la IA. Da cuenta del paso de la robotización del discurso a la robotización del relato periodístico. Y de los riesgos que puede conllevar, en un doble orden de cosas. El primero referido a los riesgos de autoría, al advertir como delicada “la consideración de si la garantía asumida por el autor, en cuanto responsable de la credibilidad informativa, puede resentirse de algún modo al ser sustituido por una máquina” (p. 138). En último extremo el problema reside en la posible mengua de la fiabilidad de las piezas informativas. El segundo es el que concierne a los riesgos laborales. O, dicho de otra forma, a la posible destrucción de puestos de trabajo o la degradación de la profesión. Frente a estos peligros, los que podríamos considerar como optimistas defienden que la automatización

sirve para superar las tareas repetitivas a las que muchas veces se ven sometidos los periodistas. Facilitando, del mismo modo, tiempo y recursos que se podrían destinar a la calidad de la labor periodística, a la generación de valor añadido, y al periodismo de investigación.

Dada la naturaleza práctica del texto, no puede extrañar al lector que se incorporen estudios de caso, como el referido al uso de la IA en las redacciones de informativos en RTVE. O bien que se aborde exhaustivamente temas como los tipos de técnicas aplicadas (*machine learning*, aprendizaje profundo, *computer speech*, visión artificial y robótica y procesamiento del lenguaje natural), las herramientas de IA puestas en práctica por los periodistas, o bien cómo se ha implementado los *chatbot* en el periodismo en España.

La innovación también está presente cuando se detallan diversas iniciativas narrativas. En muchas ocasiones, mediante podcasts, propuestas visuales o audiovisuales. En lo que concierne al periodismo narrativo digital, se acerca a *Fronterad*, *Jot Down* y *5W*. En la esfera del periodismo lento, la revista *Yorokobu* es la protagonista. Para el periodismo inmersivo, ocupado en dotar a los usuarios de diversos niveles experienciales, los expertos consultados en el trabajo de campo realizado mencionan su capacidad para permitir al espectador sentirse y ubicarse dentro de realidades concretas en formato interactivo. Pese al elevado coste de los equipos requeridos, es muy potente a la hora de representar “historias con interés humano y trasfondo social en la cobertura de crisis humanitarias, eventos deportivos, manifestaciones, guerras, acontecimientos espectaculares o, incluso, enclaves históricos” (p. 285).

En este volumen colectivo han colaborado profesores del departamento de Periodismo y Nuevas Narrativas Digitales de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU. También ofrece aportaciones

de algunos profesionales y de investigadores de universidades como Complutense, Rey Juan Carlos, Carlos III, Francisco de Vitoria, Isabel I de Burgos y Loyola Andalucía.

Con afán de síntesis, el libro dedica su primera parte a algunos de los asuntos derivados de la digitalización periodística y comunicativa. Hay capítulos que se ocupan de las bases y referentes del periodismo en el mundo presente, de los desafíos éticos a los que se enfrenta, y de modalidades periodísticas, como el periodismo constructivo, que puede ayudar en la transmisión, contextualización y análisis de los hechos. En paralelo, nos conduce por la senda de las herramientas y procedimientos de *fact-checking*, con la idea de hacer frente a las *fake news*. También trata las urgencias formativas de los futuros comunicadores y el efecto del *blockchain* desde una mirada comunicativa.

La segunda parte se detiene en la IA dentro del periodismo. Se analiza el alcance de la robotización de los textos periodísticos, y se describen proyectos y casos concretos de aplicación de la IA en las redacciones de informativos. También es objeto de interés el papel de los *chatbots* tanto en las tareas de producción periodística como en el consumo de noticias. Asimismo, se preocupa por la dimensión ética de la aplicación *Perspective* (empleada para marcar de forma automática los comentarios sociales potencialmente tóxicos) y por las virtualidades de

la IA en la creación, difusión y distribución de contenidos transmedia.

Y, finalmente, la tercera parte presenta capítulos orientados a iniciativas narrativas periodísticas reformuladas, novedosas e híbridas: el periodismo narrativo como género de autor, el periodismo lento y el inmersivo. Aquí se incluye también un apartado dedicado al metaverso como una parte más del mundo digital, y otro en el que se analizan los vínculos entre las redes sociales y el *advergaming*.

En resumen, se trata de un volumen colectivo de calidad que profundiza en algunas de las incógnitas del periodismo presente. Predomina en él una mirada profesional, pero sin descuidar una reflexión académica y ecuánime. Igualmente, se distingue por ofrecer una amplia variedad metodológica: estados del arte y revisión bibliográfica, *focus group*, estudio de fuentes primarias, análisis teórico y crítico, y entrevistas. Y, aunque su enfoque está vinculado con lo más reciente y tecnológico, quizá con su lectura sigamos cayendo en la cuenta, en palabras de David Walmsley (director de The Globe and Mail, Canadá), de que “no hay nada que sustituya a la información justa y argumentada de manera convincente y basada en hechos”.

Antonio García Jiménez
Universidad Rey Juan Carlos