El Foro Arrels debate sobre la Inteligencia Artificial en los medios de proximidad

24/10/2024



El acto se realizó en la UMH.

La Universidad Miguel Hernández de Elche ha sido el escenario escogido para una nueva edición del Foro Arrels, que organiza la Associació de la Premsa Comarcal Valenciana en colaboración con la Generalitat Valenciana y la propia universidad ilicitana.

A lo largo de la mañana los ponentes han analizado las oportunidades que supone la Inteligencia Artificial para los medios de proximidad.

La jornada, presentada por las alumnas Miriam Campillo y Nerea Blasco, ha contado con un primer turno de bienvenida, en el que el presidente de la asociación, Santiago Sanchís, animaba a los estudiantes presentes a vivir su vocación como periodistas sin miedo a los nuevos retos y desafíos que presenta la profesión en la actualidad. El Vicedecano de Periodismo, Félix Arias, destacaba la importancia de jornadas como esta para crear sinergias entre los medios de comunicación y la UMH. En representación de la Generalitat, Francisco González, director general de Comunicación y Promoción Institucional, defendía que la Inteligencia Artificial al principio puede abrumar pero no es el final del periodismo, sino que tiene enormes potencialidades. Por

ello, jornadas como esta contribuyen a dar a conocer las herramientas que aplican la IA, que siempre deben utilizarse combinadas con el factor humano: "La IA es una herramienta muy potente, el objetivo es darle alma", concluía Francisco González.



El tema central fue la IA en prensa.

Utilidades

En la primera de las ponencias, presentada por el alumno Jaime Ramón Valls, Quico Domingo explicaba las utilidades de Larson IA, una herramienta desarrollada por dos empresas, Mortensen y Minoria Absoluta. Entre las utilidades de Larson para la prensa de proximidad está el monitoreo de medios de referencia, la generación de artículos y de ideas, la generación de podcasts a partir de un boletín de noticias, generación de newsletter o incluso la adaptación de un mismo contenido para distintas redes sociales.

La IA como copiloto periodístico

En la segunda mesa de debate, moderada por la alumna de Periodismo Marta Rico, el malagueño Demo Peláez presentaba Journo, una herramienta que crea textos a partir de audios y vídeos.

Peláez explicaba que ya son cerca de 700 periodistas los que utilizan esta herramienta que contribuye a optimizar el proceso de transcripción para dejar tiempo para centrarse en crear contenido de calidad. Peláez destacaba la importancia de que el contenido creado respete las normas redaccionales. Por ello, Peláez remarcaba que para que una información tenga valor añadido es más necesario que nunca que el contenido generado por la IA sea revisado por periodistas. De ahí que Journo también sea calificado como "copiloto periodístico".

Vencer la resistencia al cambio

Por su parte, Tomás Mayoral, periodista experto en digitalización de redacciones, destacaba que la IA debe ayudar a multiplicar la capacidad de los medios de comunicación, especialmente los más pequeños, que tienen menos recursos, pero que si aprovechan bien las herramientas que aporta la IA pueden tener muchas oportunidades ante sí. Por ello, Mayoral animaba a "normalizar" el uso de herramientas de IA y de esta manera, que los periodistas puedan dedicar su tiempo a las tareas principales y no a las secundarias. Ello, reconocía, supone "salir de la zona de confort". Por su experiencia, Mayoral explicaba que en general, los cambios en las redacciones se ven con reserva y miedo, pero animaba a "cambiar el criterio, porque la IA ha llegado y hay que integrarla" en el trabajo de los periodistas.

Esta segunda mesa generaba un interesante debate ente los ponentes y los asistentes (estudiantes de Periodismo y periodistas en activo), que llevaba a afirmar a Tomás Mayoral que la tecnología ha cambiado el periodismo, incluso la estructura de las noticias. Además, tanto Mayoral como Peláez coincidían en señalar que la IA puede aportar a los medios de comunicación herramientas para adaptarse a las nuevas generaciones, ya que permite personalizar el contenido y eso es especialmente importante para llegar a los más jóvenes.



La conferencia fue organizada por la UMH y la Asociación de Prensa Comarcal.