

El periodismo sucumbe entre el interés público y lo que atrae al público

La mera reproducción de denuncias sin datos de políticos implica ofrecerles un altavoz para sus objetivos particulares



NICOLÁS AZNÁREZ



SOLEDAD GALLEGO-DÍAZ

14 ENE 2024 - 05:30 CET

🔗 f ✕ in 🔗 18 🗨

Elecciones en la Unión Europea, en Estados Unidos, India, México..., Galicia, Cataluña... Periodistas y medios de comunicación de medio mundo se inquietan sobre la influencia que puedan tener las nuevas herramientas tecnológicas, como la inteligencia artificial (IA), en la cobertura informativa de esos procesos electorales. La UE se ha apresurado a aprobar dos leyes, la de Servicios Digitales y la de IA, la primera para que las plataformas se

responsabilicen de los contenidos que publican, sobre todo si incitan al odio a personas o colectivos, [y la segunda, para obligarlas a detectar y etiquetar los contenidos producto de la IA.](#)

Pronto habrá ocasión de comprobar hasta qué punto las nuevas herramientas digitales encuentran el modo de burlar esas leyes. Por el momento, hay demasiados ejemplos de interferencias maliciosas en política que no han podido ser atajadas. [Basta con recordar el audio viral del líder laborista británico, Keir Starmer](#), en el que insultaba a sus empleados y que tuvo millones de visitas en X (Twitter), después incluso de hacerse público que era falso. O los audios falsos publicados dos días antes de las elecciones en Eslovaquia, atacando al líder liberal.

Según [el último informe del Reuters Institute for the Study of Journalism](#), la inteligencia artificial es tan novedosa y su desarrollo va tan rápido que es todavía difícil entender cómo afectará al ejercicio del periodismo. Algunos directivos de medios citados en este informe “albergan la esperanza de que se fortalezca la posición del periodismo ante la inminente avalancha de contenidos sintéticos poco fiables”. A otros les preocupa que el público pierda la confianza en toda la información, lo que socavaría aún más las democracias de todo el mundo. Y finalmente, otros, compartiendo lo que en su día advirtió Hannah Arendt, creen que el peligro no es que la gente se crea noticias falsas, sino que simplemente ya nadie crea en nada.

MÁS INFORMACIÓN

‘The New York Times’ demanda a OpenAI y Microsoft por infracción de derechos de autor

Quizás por eso, por la enorme incertidumbre sobre lo que esas nuevas herramientas tecnológicas van a implicar, para bien y para mal, en el ejercicio del periodismo, es cuando más útil resulta recordar cuáles son los fundamentos de este oficio. Al margen del medio en el que trabaje, la primera obligación de un periodista es, simplemente, la verdad, entendida como la comprobación de los hechos y los datos. Su esencia es, pues, la disciplina de la verificación. [Albert Camus añadía a la obligación de no mentir](#), la de reconocer lo que no se sabe.

Pero periodismo no es solo la comprobación de los datos. [Implica además](#)

algo fundamental: fijar una agenda pública. Es decir, el primer trabajo de un periodista profesional es decidir qué publica y qué no, y por qué. Y el argumento primordial es elegir para su publicación o difusión aquello que afecta a lo público, es decir, lo que afecta a las actividades propias de la ciudadanía, el espacio donde la sociedad reflexiona sobre sí misma, sobre las propuestas y acciones colectivas. Camus sumaba a la tarea del periodista “reconocer el totalitarismo y denunciarlo”.

Según el Press Council británico, es de interés público “detectar y exponer graves fechorías, detectar o exponer una seria conducta antisocial. Proteger la seguridad y la salud pública. Evitar que los ciudadanos sean confundidos por declaraciones o hechos de un individuo”. (Especialmente si su conducta no se ajusta a lo que predica).

En periodos de gran incertidumbre, cobra además aún mayor importancia la línea editorial de cada medio, porque es ahí donde se dicen explícitamente las cosas sobre las que ese medio cree que hay que hablar colectivamente.

La mayoría de los expertos alertan estos días a los periodistas sobre el riesgo de convertirse, casi sin advertirlo, en cooperadores necesarios de delitos o manipulaciones interesadas con objetivos políticos o económicos. Reproducir las acusaciones de un chantajista es un caso clásico, pero hay muchas ocasiones en que la mera reproducción de las continuas denuncias, sin datos, de políticos implica ofrecerles un impresionante altavoz para sus intereses particulares. Bastaría preguntarse por qué dice lo que dice. Distinguir si esa declaración afecta a lo público o simplemente servirá para llamar la atención al público, igual que podría hacerlo la vida amorosa de un actor, pero colocándolo en un espacio informativo preferente. Es la mezcla de los dos campos (lo público y lo que llama la atención al público) la que produce mayor confusión y deteriora más la función del periodismo. Y eso no es culpa de las herramientas.