

Yo, periodista. Inteligencia artificial y periodismo o inteligencia artificial versus periodismo, ¿gana la conjunción o la preposición?

¹ Yanivis Melissa Izaguirre Alemán

Resumen

En Honduras, el uso de la Inteligencia Artificial (IA) es incipiente; sin embargo, esta tecnología dejó de ser considerada como una ciencia ficción para las y los comunicadores, pasando a formar parte de su día a día en el ecosistema laboral. ¿Qué tan anuentes son los profesionales del periodismo en el país ante la inevitable «invasión» de la IA, compartir créditos con un avatar y ser potencialmente sustituidos por robots? En los enunciados: IA y periodismo o IA versus periodismo, ¿gana la conjunción o la preposición? Se encuestó a un grupo de comunicadores sobre el uso de la IA en esta profesión y, a través de los resultados, sumado a opiniones y valoraciones de expertos en el tema, se reflexionará sobre las dos posibilidades ante esta innovación: oponernos a la Inteligencia Artificial o apropiarnos de ella.

Palabras clave: Inteligencia artificial, periodismo, ChatGPT, IA

I, journalist. Artificial intelligence and journalism or artificial intelligence versus journalism, does the conjunction or the preposition win?

Abstract

In Honduras, the use of Artificial Intelligence (AI) is incipient; However, this technology was no longer considered science fiction for communicators, but became part of their daily lives in the work ecosystem. How accepting are journalism professionals in the country in the face of the inevitable “invasion” of AI, sharing credits with an avatar and potentially being replaced by robots? In the statements: AI and journalism or AI versus journalism, does the conjunction or the preposition win? A group of communicators was surveyed about the use of AI in this profession and, through the results, added to opinions and evaluations of experts on the subject, we will reflect on the two possibilities regarding this innovation: opposing Artificial Intelligence or appropriate it.

Keywords: Artificial intelligence, journalism, ChatGPT, AI

Introducción

La ciencia ficción llegó al periodismo hondureño, pero no precisamente como una ficción. Desde una sala de redacción virtual, un robot lee un resumen de noticias generado por Inteligencia Artificial (IA). Aunque el avatar no puede experimentar los sentimientos de temor o

¹ Fungió como jefa de Comunicación y Relaciones Públicas del Consejo Nacional Anticorrupción (CNA) y es docente de posgrado de la maestría de Dirección de la Comunicación Corporativa en la Universidad Tecnológica Centroamericana (Unitec). Licenciada en Periodismo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, máster en Dirección de la Comunicación Corporativa por la Universidad Tecnológica Centroamericana (Unitec). <https://orcid.org/0009-0003-0323-8655> Correo electrónico: yanivisizaguirre@gmail.com

nerviosismo frente a la cámara, sus programadores han calcado de forma tan fiel a los seres humanos que logran que parezca un poco tembloroso, sin perder su «profesionalismo», rasgos con los que consiguen la empatía de sus «colegas» periodistas y la admiración y conexión con las audiencias.

«Para mí es un alivio que ahora se recurra a Inteligencia Artificial con el fin de presentar la información o generar resúmenes, así los periodistas nos concentramos en otra generación de contenido que requiere más análisis», comentó una profesional de las comunicaciones con más de 20 años de experiencia trabajando en salas de redacción.

Pero, ¿pensará igual el resto de periodistas que ahora deben compartir créditos con un personaje generado por Inteligencia Artificial?

Problema de investigación

¿Consideran los profesionales del periodismo en Honduras que los avances tecnológicos representan un riesgo? ¿Qué tan anuentes están en cuanto al uso de la IA? ¿Piensan que la IA trae consigo la reducción de plazas para las y los comunicadores? ¿Es periodismo artificial con periodistas artificiales?

Estrategia metodológica

Se realizó una encuesta online a un grupo de profesionales del periodismo y la comunicación para conocer, entre otros puntos, si consideran que la IA está revolucionando el periodismo en Honduras, qué medios de comunicación conocen que la está implementando, están de acuerdo con su uso, creen que se debería regular, piensan que reemplazará a las y los periodistas, y cuáles consideran que son las principales ventajas del uso de Inteligencia Artificial en el periodismo.

La población seleccionada son 55 profesionales de la comunicación en Honduras, entre ellos (por orden de mayor a menor, según número de respuestas) del ámbito del periodismo, relaciones públicas, producción audiovisual, y otros, quienes trabajan actualmente en (por orden de mayor a menor, según número de respuestas) medios televisivos, radiales, empresariales, digitales, escritos, y otros.

Los resultados de este instrumento cuantitativo se complementan con investigación documental (cualitativa) de autores que han escrito sobre el tema, con opiniones a favor y en contra, para reflexionar sobre la percepción de la incursión de la IA en el ámbito de las comunicaciones en otros países y, específicamente, su recibimiento en Honduras.

Resultados

A mediados de 2023 empezó en Honduras la «fiebre» de presentadoras (por ahora, el género femenino predomina) generadas por Inteligencia Artificial y rápidamente se han ido sumando varios medios de comunicación, tanto nativos digitales como los que han ido mutando de la tradición (o convencionalismo) a la vanguardia e innovación.

Esta incursión conlleva a una coexistencia entre periodistas y la IA. Sin embargo, ¿hacer periodismo es solamente generar contenidos? Esta reinención en el ámbito de las comunicaciones puede obedecer a la necesidad de reducir costos, la urgencia de la actualidad e inmediatez complementada con la competencia por lo viral y buenas métricas ¿Es posible que esas consideraciones sacrifiquen la calidad informativa, o el talento no tiene que ver con dicho auge tecnológico?

De momento, al ser una industria incipiente, hay más dudas que certezas en el tema del uso de la IA en el periodismo, por lo que es prudente conocer qué piensan al respecto los profesionales de las comunicaciones en Honduras.

Aunque, si vamos a hablar de IA y de periodistas, ambos grupos de estudio deben ser las fuentes de información, en aras de la objetividad y de consultar a los dos públicos mencionados. Una consulta a *ChatGPT* (la Inteligencia Artificial que está revolucionando en el ámbito académico y empresarial) sobre si el periodismo desaparecerá ante la IA, arrojó esta respuesta:

El periodismo está experimentando cambios significativos debido a la inteligencia artificial y la automatización, pero no necesariamente desaparecerá. La IA puede ayudar a los periodistas a realizar tareas como la recopilación y análisis de datos, la generación de contenido y la personalización de noticias, pero todavía se necesita la creatividad humana

para contextualizar la información, hacer preguntas importantes y contar historias de manera impactante. La colaboración entre humanos y tecnología probablemente moldeará el futuro del periodismo.

Respuesta muy convincente y, sobre todo, salomónica. Al solicitarle una versión resumida,

inmediatamente, *ChatGPT* procesó lo siguiente: «la inteligencia artificial cambia el periodismo, pero no lo elimina. La colaboración humano tecnología es clave para el futuro». Ahora, ¿qué piensan las y los periodistas sobre esa colaboración humano-tecnología que menciona este *chatbot*?

Tabla No. 1. Resultados de la encuesta «Periodismo e Inteligencia Artificial en Honduras»

Pregunta	Resultados		
	Sí	No	Tal vez
¿Está de acuerdo con el uso de Inteligencia Artificial en el periodismo?	69.1 %	30.9 %	
¿Considera que la Inteligencia Artificial está revolucionando el periodismo en Honduras?	65.5 %	34.5 %	
¿Cree que en Honduras se debe regular el uso de Inteligencia Artificial?	76.4 %	23.6 %	
¿Cree que la Inteligencia Artificial reemplazará a las personas periodistas?	12.7 %	56.4 %	30.9 %

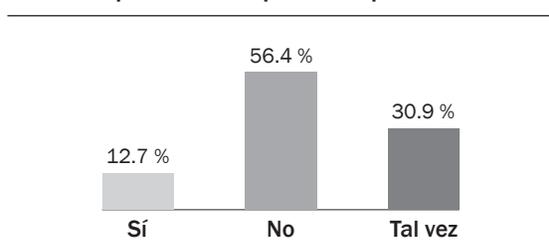
Fuente: elaboración propia basada en los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 1, en Honduras un 69.1 % de los profesionales de la comunicación encuestados está de acuerdo con el uso de Inteligencia Artificial en el periodismo y un 65.5 % considera que la IA está revolucionando esta profesión, aunque son del criterio que se debe regular su uso (76.4 %).

Sobre la «pregunta del millón»: ¿Cree que la Inteligencia Artificial reemplazará a las personas periodistas?, esto fue lo que respondió el grupo encuestado:

Aunque la respuesta predominante que refleja la gráfica 1 se podría catalogar como contundente, un «no» equivalente al 56.4 %, conviene profundizar sobre las respuestas. Ante esta pregunta, había una opción adicional: el «tal vez». Si sumamos ese porcentaje (30.9 %) con el «sí» (12.7 %), nos da el resultado de un 43.6 % de comunicadores que no se atreven a afirmar que su profesión está completamente a salvo con la implementación de la IA. Dicho en otras palabras, podríamos deducir que ese porcentaje no confía del todo en el binomio humano-tecnología que mencionó *ChatGPT*.

Gráfica No. 1. ¿Cree que la Inteligencia Artificial reemplazará a las personas periodistas?



Fuente: elaboración propia basada en los resultados de la encuesta

Máquinas que ejercen el periodismo

Mientras la IA es una tecnología en constante evolución, que ha empezado a transformar la educación y también el periodismo, en Latinoamérica su implementación se encuentra en una etapa temprana, y aunque tampoco se ha hecho aún un mapeo específico y riguroso al respecto, es importante estar al tanto, desde ya, de su desarrollo y de las oportunidades que esta ofrece, así como también es indispensable reflexionar sobre sus limitantes y los retos que propone (Mejía, 2022, p. 108).

Aun así, en Honduras, cada vez con mayor protagonismo, la IA está pasando a formar parte del día a día laboral de los periodistas. Tanto que ya podemos hablar de «compañeras de trabajo» generadas por IA. El diario *Proceso Digital* fue pionero en el uso de presentadoras de IA, a través

de «Maya». Posteriormente, incursionaron otros medios de comunicación, *Hable Como Habla* (HCH) con «Mary Carmen Maldonado»; diario *El Heraldo* con Sof-IA y *La Tribuna* con tres avatares: Eva, Tia y Mia.

Tabla No. 2. Presentadoras de noticias generadas por Inteligencia Artificial en medios de comunicación hondureños

Nombre de la IA	Fecha de presentación	Medio de comunicación
Maya	Mayo de 2023	Proceso Digital
Mari Carmen Maldonado	Junio de 2023	HCH
Sof-ia	Febrero de 2024	El Heraldo
Eva, Tia y Mia	Junio de 2024	La Tribuna

Fuente: elaboración propia

Las IA enlistadas en la tabla 2 obedecen al mayor número de menciones de las personas encuestadas a quienes se les preguntó: «¿Qué medios de comunicación conoce que están implementando Inteligencia Artificial?».

Regulación de la IA

En 2023, varias organizaciones junto a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)

presentaron los Principios Globales para la Inteligencia Artificial (IA), creados para orientar el desarrollo, implementación y regulación de sistemas y aplicaciones de IA.

En Honduras, los profesionales encuestados también consideran que el uso de la IA debe ser regulado, con un 76 % en relación a un 24 % que no lo estima necesario (gráfico 2).

Tabla No. 3. Principios Globales para la Inteligencia Artificial (IA)

Categoría	Postulados
Propiedad intelectual	Desarrolladores, operadores e implementadores de sistemas de IA deben respetar la propiedad intelectual; los editores tienen derecho a negociar y recibir una remuneración justa por el uso de su propiedad intelectual; los derechos de autor y afines protegen a los creadores de contenido y a propietarios del uso no autorizado de su contenido.
Transparencia	Los sistemas de IA deben ofrecer una transparencia granular a creadores, titulares de derechos y usuarios.
Rendición de cuentas	Los proveedores e implementadores de sistemas de IA deben cooperar para garantizar la responsabilidad por los resultados del sistema.
Calidad e integridad	Garantizar la calidad y la integridad es fundamental para generar confianza en la aplicación de herramientas y servicios de IA.

Fuente: elaboración propia

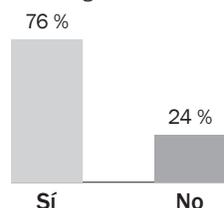
Tabla No. 3. Principios Globales para la Inteligencia Artificial (IA)

Categoría	Postulados
Justicia	Los sistemas de IA no deben crear o arriesgarse a crear resultados de competencia o de mercado desleales.
Seguridad	Los sistemas de IA deben ser fiables; los sistemas de IA deben ser seguros y abordar los riesgos de privacidad.
Por diseño	Estos principios deben incorporarse en todos los sistemas de IA.
Desarrollo sostenible	La naturaleza multidisciplinaria de los sistemas de IA los sitúa en una posición ideal para abordar áreas de interés global.

Fuente: elaboración propia

Gráfica No. 2. ¿Regulación en el uso de la IA en Honduras

¿Cree que en Honduras se debe regular el uso de Inteligencia Artificial?



Fuente: elaboración propia basada en los resultados de la encuesta

¿Competencia o valor agregado?

Un anuncio en redes sociales prometía enseñar cómo usar la IA para crear comunicados de prensa por una inversión de US\$ 27.00 por participante. ¿Se devalúan las habilidades periodísticas?

A criterio de Paniagua «hoy, más allá de la Inteligencia Artificial, existen muchos otros factores que ponen en riesgo al periodista y a los medios» (2022, p. 36).

Tenemos que pensar que no solo ha sido Google, no solo ha sido la Inteligencia Artificial la que amenaza a los medios y al periodismo, han sido los propios medios de comunicación los que han complicado la situación (Paniagua, 2022, p. 37).

Sin embargo, el auge de la IA no solo es atribuible a buscadores en Internet o a los

empresarios de los medios de comunicación, también hay una cuota para quienes ejercen el periodismo.

¿Tenemos que estar preocupados porque la IA va a hacer más notas informativas?, me parece que no. Por otro lado, es una realidad que los medios harán uso de la IA para disminuir costos, siendo esto un aspecto estratégico. Por ende, la razón de ser de los periodistas y los medios será hacer una curaduría a ese exceso de información (Paniagua, 2022, p. 38).

Esa «curaduría» de la que habla Paniagua o «tropicalización» de contenidos, como es más conocida en el gremio nacional, requerirá siempre del talento de la persona por encima de la configuración del robot. Lo anterior demuestra aún más la importancia de una reinención en quienes trabajan en el ámbito de las comunicaciones, de forma que puedan hacer uso de las bondades y beneficios de la IA y complementarla con la experiencia y talento de los profesionales.

En ese sentido, Paniagua recomienda tomar en cuenta las siguientes características para que la IA no sea competencia, sino un valor agregado en el ejercicio de esta disciplina y que podrían enmarcarse en el rol de los periodistas modernos:

Contenido diferenciado: tono, narrativa, escritura, trabajo gráfico, estructura, la forma como nos atrevemos a contar la historia, relevancia.

Relevancia comunitaria: si no la tienes, la gente no va a pagar por tu contenido, no va a apoyar tus iniciativas, no va a comprar tu mercancía.

Si revisamos en las noticias nacionales la difusión de un boletín o la cobertura de una conferencia de prensa, ¿encontramos esos elementos diferenciadores en cuanto a contenido y abordaje? ¿Percibimos un valor agregado de un medio a otro? ¿Se hace uso de formatos gráficos creativos, infografías -por ejemplo- para contar de una forma original la información? ¿Notamos un

enfoque relevante para nosotros o nuestra comunidad? Si como audiencias somos capaces de identificar estas características, podemos decir que el futuro del periodismo no será dominado por la IA, pero que sí lograrán convertirse en una dupla perfecta al publicar exclusivas o realizar análisis de contexto para hacer más «digerible» la información.

Tabla No. 4. Ventajas y desventajas del uso de IA en el periodismo

Ventajas	Desventajas
Los periodistas pueden aprovechar las herramientas de IA para mejorar su interacción con los consumidores de contenido y crear nuevas formas de narración, así como desarrollar proyectos de investigación y análisis de datos más sofisticados (Mejía, 2022, p. 111).	Mientras que la IA puede mejorar la eficiencia en la identificación y eliminación de contenido dañino o ilegal, su uso también puede resultar en la supresión de la libertad de expresión y la censura excesiva (Fernández, 2022, p. 229).
En muchos casos, la IA no va a reemplazar a los humanos. Va a cubrir un vacío. Seguramente la IA va a procesar mejor los datos, pero alguien tendrá que alimentarlos. Los medios y periodistas debemos reorientarnos, crear historias diferenciadas, olvidarnos del ahorro y pensar que esta posibilidad es una inversión (Paniagua, 2022, p. 47).	A medida que se desarrolla esta tecnología, se hace cada vez más evidente la necesidad de una regulación que garantice su uso de manera responsable y ética. Nos encontramos ante un desafío significativo para la libertad de expresión, el pluralismo mediático y otros valores democráticos (Fernández, 2022, p. 236).
La IA no debe ser un problema para los medios, no tiene por qué serlo, al contrario, es la oportunidad definitiva para reinventar la industria (Paniagua, 2022, p. 45).	La IA aprende a partir de los datos que le proporcionan, si los datos están sesgados o discriminan, la IA puede perpetuar estos prejuicios (Albarrán, 2023, p. 47).

Fuente: Elaboración propia basada en las opiniones de expertos

Reinvención es la respuesta

Medio de comunicación y periodistas que no innovan y se reinventan están destinados a desaparecer. «Como ven, la Inteligencia Artificial no debe ser un problema para los medios, no tiene por qué serlo, al contrario, es la oportunidad definitiva para reinventar la industria» (Paniagua, 2022, p. 45).

Si bien, los robots existen y son un hecho, se necesitará de gente que les dé las instrucciones exactas en las plataformas de Inteligencia Artificial y allí habrá también una oportunidad (Paniagua, 2022, p. 45). El creador de contenidos y referente en el mundo digital agregó que tenemos que construirnos un estilo, una narrativa, ser visibles para una audiencia y que esta audiencia potencialmente se convierta en nuestra comunidad.

«Si no destacamos como periodistas, haciendo lo que hacemos los humanos, ahí sí la inteligencia artificial va a sustituir lo que hacemos» (Paniagua, 2022, p. 39).

Por lo tanto, debemos cambiar, pues de lo contrario los contenidos quedarán en manos de los robots, y así los medios, con dependencia algorítmica, lo que no es muy distinto de lo que hoy ya estamos viviendo como seres humanos basados en un modelo 100 % publicitario que repite y repite la misma información; es decir, lo mismo solo que en lugar de robots con humanos (Paniagua, 2022, p. 39).

Miopía de las historias

«Continuamente, como periodistas, contamos historias y tomamos decisiones en torno a ellas, pero sin profundidad» (Paniagua, 2022, p. 46).

Desde hace varios años las salas de redacción han ido vinculando procesos de Inteligencia Artificial (IA) a la generación de contenidos, potenciando así las capacidades de sus periodistas para analizar datos complejos. Dichas herramientas, si bien favorecen en ese sentido el ejercicio periodístico, desafían algunos límites éticos que hacen cuestionables su uso (Mejía, 2022, p. 107).

En las salas de redacción la IA facilita la búsqueda de información, selección de fuentes, elaboración de contenidos, distribución de noticias, luchar contra la desinformación, localizar y procesar información en volúmenes significativos de manera más rápida y eficiente, procesar rápidamente base de datos, apoyar ejercicios de minería de datos, identificar, analizar y procesar tendencias en redes sociales y desarrollar algunas actividades como la creación y edición de video, la producción de imágenes, la redacción de noticias y elaboración de pódcast.

Lo anterior allana el camino hacia la IA Generativa, catalogada como un paso aún más en la Inteligencia Artificial, con la que se facilita la creación de contenido, como texto, imagen, música, audio y video. ¡Correcto! Justo los formatos usados por el periodismo para distribuir información a través de múltiples plataformas.

A criterio de Paniagua, entre los roles y tendencias de los medios de comunicación más allá de generar información están: descubrir, explicar, educar, guiar, inspirar, conversar, entretener, cocrear y pertenecer.

IA y periodismo | IA vs. periodismo ¿Gana la conjunción o la preposición?

Finalmente, el contenido puede ser creado por quien sea, llámese humano o robot, pues existe

mucho contenido comodotizado, donde la exclusiva ya no es tan importante, ya que de inmediato la empiezan a replicar todos (Paniagua, 2022, p. 39).

Cuando generamos una nota nos conformamos con que nos lean, no vamos más allá y la nota termina comentada en otros espacios que no son los nuestros, lo que carece de sentido y ese protagonismo debemos recuperarlo, invita Paniagua (2022, p. 41). Pero, ¿los robots analizan o solo sistematizan? ¿Acaso es un análisis artificial?

El uso de la IA permitiría al periodista poder aumentar la producción de contenidos, identificar eventos de interés periodístico para su posterior difusión, luchar contra la desinformación, detectar la gestión de perfiles de redes sociales para adaptarse a las preferencias de los usuarios y obtener una mayor precisión y objetividad con las funciones de búsqueda y clasificación (Calvo, 2023, p. 66).

Según Calvo, la IA resulta de gran utilidad en los siguientes casos:

- Detección de noticias de última hora.
- Generación automática de textos periodísticos.
- Personalización de la información.
- Lucha contra la desinformación.

Sobre las utilidades que destaca Calvo (2023), también se le consultó al grupo de periodistas y comunicadores hondureños, a modo de conocer cuál de estas características priorizan cuando se habla de usos o ventajas de la IA en esta profesión.

Gráfica No. 3. Ventajas de la IA en el periodismo

De las siguientes opciones, ¿cuál cree que es la ventaja principal de usar Inteligencia Artificial en el periodismo?



Fuente: elaboración propia basada en los resultados de la encuesta

La respuesta está muy marcada en el grupo encuestado, que destaca la generación automática de textos periodísticos como la ventaja principal de la IA, con un 50.9%. De las cuatro opciones, en segundo y tercer lugar, con igual puntuación (20%) mencionaron la personalización de la información y la lucha contra la desinformación. Esta última categoría es también una preocupación a nivel mundial, por lo que se crean movimientos contra los *deepfakes* o videos engañosos generados por IA, como la Coalición para la Procedencia y Autenticidad del Contenido (C2PA).

Una nueva formación

En el escrito *Alcances y limitaciones del uso de la Inteligencia Artificial en la formación de periodistas*, Santiago Gómez Mejía, magíster en Investigación en Ciencia Política, destaca que desde hace varios años las salas de redacción han ido vinculando procesos de Inteligencia Artificial (IA) a la generación de contenidos, potenciando así las capacidades de sus periodistas para analizar datos complejos. Dichas herramientas, si bien favorecen en ese sentido el ejercicio periodístico, desafían algunos límites éticos que hacen cuestionable su uso (Mejía, 2022, p. 107).

Mejía es del criterio de que las escuelas de comunicación y periodismo deben hacerse estas preguntas:

- ¿Qué enseñar?
- ¿Cómo enseñar?
- ¿Cómo evaluar?

«El ejercicio periodístico y la formación de sus profesionales se modificaron sustancialmente en la última década, pues la IA diluyó las fronteras del conocimiento y reconfiguró las prioridades de la formación» (Mejía, 2022, p. 107).

Desafíos de la Inteligencia Artificial

Garrido (2020, p. 158) considera los siguientes desafíos de la IA:

En cuanto a la comunicación y percepción, incluye el lenguaje natural, visión artificial, manipulación (por ejemplo, en los robots), razonamiento simbólico e ingeniería del conocimiento. Entre los problemas de procesamiento de lenguaje natural menciona el análisis de las oraciones, sintáctico y semántico; el tratamiento de la polisemia y de la ambigüedad de las palabras y el significado de las palabras que dependen del contexto.

Es decir, los robots siempre serán robots, por más humanoides que luzcan. Definitivamente, se trata del arte de pensar.

La IA ha llegado para transformar el periodismo, abriendo nuevos caminos hasta ahora inesperados. A medida que las redacciones van implantando esta tecnología, van surgiendo nuevos retos y desafíos (Calvo, 2023, p. 68).

No podemos desconocer los desafíos de la IA que presenta ante el periodismo. Sin embargo, como bien lo recomendó Paniagua (2022, p. 47), los medios y los periodistas tenemos dos posibilidades: oponernos a la Inteligencia Artificial o apropiarnos de ella.

Conclusiones

La mayoría de los profesionales de la comunicación encuestados se manifiesta de acuerdo con el uso de la Inteligencia Artificial y considera que esta tecnología está revolucionando la forma de hacer periodismo. Sin embargo, un hallazgo al que se le debe prestar atención es que entre las respuestas «sí» y «tal vez», como resultado de la pregunta: «¿Cree que la Inteligencia Artificial reemplazará a las personas periodistas?», la sumatoria dio 43.6% versus el 56.4% que respondió «no». De lo anterior se puede deducir que existe un margen de temor o incertidumbre ante la posibilidad de que esos avances tecnológicos repercutan en la reducción de plazas y aumenten el índice de desempleo en este gremio.

En cuanto a la priorización de ventajas de la IA en el periodismo, la generación automática de textos periodísticos es la opción más mencionada, seguido por la personalización de la información y la lucha contra la desinformación.

Tal como se pudo constatar con las tendencias y movimientos a nivel mundial, en Honduras los profesionales encuestados también son del criterio de que se debe regular el uso de la IA, lo que podría ayudar a contrarrestar las noticias falsas, *deepfakes*, y otros usos no éticos de estos avances tecnológicos.

La herramienta ChatGPT está programada para disminuir el temor de que en el futuro desaparezcan las y los comunicadores para dar un paso absoluto al control del periodismo por parte de la IA. Esa colaboración entre humano-tecnología

se fortalece con las opiniones de varios expertos en la temática, que aducen que las ventajas de usar esas herramientas se superponen a los potenciales riesgos de reemplazar a los periodistas, por lo que incitan a trabajar de forma conjunta aprovechando estos avances sin perder de perspectiva la urgencia de reinventarse constantemente para seguir ganando espacios en el ámbito periodístico como los protagonistas irremplazables de la historia.

Referencias bibliográficas

Albarran Torres, E. (2023). El dilema de utilizar Chat GPT: ¿enemigo o aliado de la educación?: (1 ed.). Centro Internacional de Educación Continua - Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

ChatGPT, obtenido de <https://chatgpt.com/?oai-dm=1> (consultado el 13-04-2024).

Coalición para la Procedencia y Autenticidad del Contenido (C2PA). (2024). Obtenido de <https://c2pa.org/> (consultado el 20-05-2024).

Garrido, Á. (2020). *Los avances de la inteligencia artificial*. 1era. ed. Dykinson.

SIP. (2023). *La SIP endosó principios globales sobre inteligencia artificial*. Obtenido de <https://www.sipiapa.org/notas/1216092-la-sip-endoso-principios-globales-inteligencia-artificial> (consultado el 27-04-2024).

Tejedor Calvo, S. (Dir.). (2023). *La inteligencia artificial en el periodismo: mapping de conceptos, casos y recomendaciones*: 1era. ed. Editorial UOC.

Vásquez Rizo, F. E. & Jiménez Correa, C. (2022). *Periodismo e innovación: reflexiones académicas sobre la profesión en tiempos de IA*. 1era ed. Programa Editorial Universidad Autónoma de Occidente.