

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 40, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-14-0

Bots, Trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos (2025)

César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López;
Isaac Maroto-González (editores)

Separata

Prólogo

Título del Capítulo

«Prólogo. Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM»

Autoría

Francisco Campos-Freire

Cómo citar este Capítulo

Campos-Freire, F. (2025): «Prólogo. Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM». En Fieiras-Ceide, C.; Túñez-López, M.; Maroto-González, I. (eds.), *Bots, Trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-14-0

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/prol.emcs.40.p116>



El libro *Bots, Trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro analiza el impacto de la inteligencia artificial (IA) en los medios de comunicación públicos, destacando que su incorporación no puede entenderse como una simple herramienta técnica, sino como un factor transformador que afecta estructuralmente la misión, legitimidad y organización de estas instituciones.

Bots, Trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos examina cómo la IA está reconfigurando desde la producción de contenidos hasta la gestión de redacciones, la interacción con las audiencias y la definición del valor público, obligando a repensar el rol de los medios públicos en un entorno mediático en constante evolución.

La obra se organiza en torno a cuatro ejes analíticos clave: la transformación de la experiencia de usuario y la interfaz de contenidos; las nuevas formas de creatividad y producción mediática mediadas por algoritmos; los retos que plantea la automatización en procesos como la verificación y la documentación; y, de manera transversal, las implicaciones éticas, sociales y profesionales del uso de IA.

Finalmente, esta obra enfatiza que el desafío principal no es tecnológico, sino político y cultural. Frente a la tentación de la automatización sin control, se destaca la necesidad de mantener el juicio humano, el pluralismo y la transparencia como pilares esenciales. En este contexto, los medios públicos están llamados a ejercer un liderazgo crítico, transparente y orientado al bien común, promoviendo alianzas con el mundo académico y los reguladores para construir un modelo de innovación democrática y sostenible. La IA no debe simplemente adoptarse: debe moldearse desde el servicio público.

Sumario

Prólogo. Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM	11
<i>por Francisco Campos-Freire</i>	
Introducción. Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha	15
<i>por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López; Isaac Maroto-González</i>	
1. Experiencia de usuario e inteligencia artificial en medios públicos y privados: claves para la redefinición del ecosistema televisivo	19
<i>por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López</i>	
1. La experiencia televisiva en transformación	19
2. Personalización y accesibilidad como ejes de transformación en la televisión pública	21
3. La experiencia de usuario como ventaja competitiva en las plataformas privadas	23
4. Usos, límites y potencial estratégico de la IA en los medios públicos	26
5. La inteligencia artificial en las plataformas privadas: hiperpersonalización, eficiencia y expansión narrativa	29
6. Convergencias, divergencias y dilemas emergentes	31
7. Conclusiones y líneas de futuro	34
8. Referencias bibliográficas	36
2. Crear en compañía. La inteligencia artificial en los procesos creativos de ficción audiovisual	39
<i>por Isaac Maroto-González; Talía Rodríguez Martelo</i>	
1. Introducción	39
2. Creatividad, autoría y procesos creativos ¿Qué entendemos por crear?	41
3. El papel de la IA en la creación: modelos y enfoques de trabajo	44
3.1. Modelos de integración de IA en el proceso creativo	44
3.2. Enfoques metodológicos en el uso de la IA	45

4. Cómo se integra la IA en la creación audiovisual	46
5. Calmando el avispero para volverlo a agitar: entrenamientos éticos, plataformas creativas y agentes de inteligencia artificial	48
6. Conclusiones	51
7. Referencias bibliográficas	53
3. Inteligencia artificial y verificación en medios públicos: El caso de RTVE y el proyecto IVERES	57
<i>por Esteban Mayoral Campos; Pere Vila Fumàs</i>	
1. Introducción: La inteligencia artificial como pilar de verificación en los medios públicos	57
2. El estado actual de la verificación en los medios públicos	59
2.1. Herramientas tradicionales de fact-checking	59
2.2. Limitaciones del método humano ante la desinformación	59
3. Tecnologías de inteligencia artificial aplicadas a la verificación de contenidos	60
3.1. Algoritmos de detección de imágenes, audio y vídeo falsos	61
3.2. Monitorización y análisis de redes sociales	61
3.3. Sistemas automatizados de análisis lingüístico y semántico	62
3.4. Ventajas y desafíos técnicos	63
4. Estudio de caso: el proyecto IVERES	62
4.1. Objetivos y justificación del proyecto	64
4.2. Metodología: desarrollo de herramientas de verificación multiformato	64
4.3. Resultados obtenidos y lecciones aprendidas: impacto en la velocidad y precisión del fact-checking	66
Retos y lecciones aprendidas	65
5. La colaboración interinstitucional como estrategia frente a la desinformación	67
5.1. Colaboración interuniversitaria: tecnología, ingeniería y periodismo	67
5.2. El compromiso de RTVE con la innovación y la verificación	68
5.3. Impulsa Visión como articulador de la cooperación	69
5.4. Recomendaciones y modelos replicables para fomentar la cooperación	69
6. Conclusiones y retos futuros	70
6.1. La inteligencia artificial como herramienta indispensable frente a la desinformación	70

6.2. El papel estratégico de los medios públicos en la alfabetización mediática	71
6.3. Sostenibilidad tecnológica y adaptación a los avances futuros	71
7. Referencias bibliográficas	72
4. Innovación digital e inteligencia artificial.	
La nueva televisión pública regional europea	73
<i>por Tania Fernández Lombao; Mónica López Golán; Victoria Moreno Gil</i>	
1. Introducción	73
2. Cultura de la innovación en la televisión pública regional europea	74
3. Emergencia tecnológica y orientación digital	76
4. Cómo se usa la IA en las radiotelevisiónes públicas regionales	81
5. Barreras a la innovación	84
6. Conclusiones	85
7. Referencias bibliográficas	87
5. Impacto de los bots en el discurso de los medios públicos	91
<i>por Martín Vaz-Álvarez; Sara Pérez-Seijo</i>	
1. Introducción: hacia una tipología de bots más astutos y más invisibles	91
2. Robo-mecanismos de manipulación del discurso público	92
3. Efectos de los bots en los medios de servicio público	93
3.1. Cambios en la producción y difusión de noticias	94
3.2. Alteraciones en la narrativa pública y moderación del discurso	95
3.3. Adaptaciones en la estrategia editorial	97
4. Desafíos editoriales (e infraestructurales)	99
5. Estrategias sociocomunicativas y tecnológicas de respuesta	101
6. Casos de estudio: BBC, RTVE y Yle	104
6.1. BBC: transparencia y verificación como escudo informativo	104
6.2. RTVE: verificación colaborativa y respuesta pública a los bulos	105
6.3. Yle: innovación, alfabetización mediática y vigilancia digital	106
7. Conclusiones	108
8. Financiación	109
9. Referencias bibliográficas	110

6. Fediverso y medios públicos: el reto de estar en Mastodon	111
<i>por Alberto Quian; Pedro Lázaro-Rodríguez</i>	
1. Introducción	111
2. Protocolos, auge de la investigación y oportunidad para periodistas y medios	113
2.1. ActivityPub: un hito clave en la evolución de los protocolos para la interoperabilidad en el Fediverso	113
2.2. Auge de la investigación sobre Mastodon y el Fediverso	114
2.3. Una oportunidad para periodistas y medios	115
3. Medios públicos en Mastodon	117
3.1. Seguidores y reciprocidad	119
3.2. Volumen acumulado de publicaciones	123
3.3. Frecuencia de publicación	124
3.4. Cronología de incorporación a Mastodon	126
3.5. Inactividad reciente: un indicador de compromiso sostenido	127
3.6. Alojamiento técnico: instancias propias y externas	128
3.7. Distribución geográfica e idiomática	130
4. Consideraciones finales, estrategias y recomendaciones para medios públicos en Mastodon	131
5. Referencias bibliográficas	134
 7. La IA en la gestión documental de los medios de comunicación: innovación, automatización y ética	 137
<i>por Fernando Sánchez Pita; Rafa Ramiro; Belén Puebla Martínez</i>	
1. Introducción	137
2. La transformación documental en los medios: de la automatización a la era de la IA	139
3. Documentación e IA en los medios	141
4. Algoritmos y ética	143
5. El futuro de la IA en la documentación y el archivado de contenidos	146
6. Conclusiones	149
7. Referencias bibliográficas	150

8. El Nuevo-Nuevo Periodismo: ¿cómo puede la IA ralentizar la producción de noticias?	153
<i>por Ana Gabriela Frazão-Nogueira;</i>	
<i>Ricardo Jorge Pinto</i>	
1. Redacciones, público e IA	153
2. Hacia el Nuevo-Nuevo periodismo	157
3. La IA y las herramientas para la renovación del Periodismo	161
4. La IA y el Nuevo-Nuevo Periodismo	163
5. Perspectivas de un Nuevo-Nuevo futuro	165
6. Referencias bibliográficas	167
9. Redacciones inteligentes, un nuevo <i>newsmaking</i> informativo	171
<i>por Juan Manuel Prieto-Arosa; Carlos García-Verdugo-Peralta;</i>	
<i>Olga Blasco-Blasco</i>	
1. Introducción	171
2. El nuevo periodismo basado en la algoritmización	172
3. Algunos casos de redacciones automatizadas en el ecosistema digital actual	174
4. Aplicación de la IA en redacciones informativas de las televisiones públicas	177
4.1. La IA como tecnología transversal de los departamentos televisivos	177
4.2. Aplicaciones y utilidades concretas desarrolladas específicamente para televisiones	178
4.2.1. Gestión de archivos	179
4.2.2. Accesibilidad: subtítulos, traducciones y doblaje automático	180
4.2.3. Análisis de datos	181
4.2.4. Producción de contenidos	182
4.2.5. Tratamiento de gestión de imágenes	184
5. Conclusiones y futuro de la IA en las redacciones inteligentes	186
6. Financiación	187
7. Referencias bibliográficas	188
10. Repensando el periodismo desde la IA: impactos y dilemas	191
<i>por Patrícia Weber; Tadiane Regina Popp; Ana Santos</i>	
1. PSM, IA y Retos Reguladores	191

2. Inteligencia Artificial: de Turing a la IA generativa	192
3. Análisis de la regulación y del escenario actual en Portugal	194
4. Directrices destacadas por el PSM	200
4.1. Ética, Transparencia y Uso Responsable	201
4.2. Integración en la producción de contenidos	202
4.3. Innovación y Experimentación	203
5. Conclusión	205
6. Referencias bibliográficas	205
11. Credibilidad y autenticidad en el periodismo contemporáneo: desafíos frente a la Inteligencia Artificial	209
<i>por Renato Essenfelder; João Carvalho</i>	
1. Introducción	209
2. Credibilidad frente a la autenticidad	211
3. Autenticidad y periodismo	215
4. Credibilidad y autenticidad en la era de la Inteligencia Artificial	217
5. Consideraciones finales	221
6. Referencias bibliográficas	223
12. Cierre. Gobernar la disrupción: retos estratégicos para los medios públicos en la era de la IA	225
<i>por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López; Isaac Maroto-González</i>	

Prólogo

Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM

Francisco Campos-Freire
Universidad de Santiago de Compostela

La génesis de esta publicación, fruto de una de las actividades científicas de I+D+i y de transferencia del grupo de investigación de medios de servicio público de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, tiene su origen en el «Hackathon de Comunicação (Chat & Bot: falando sobre o impacto da IA na Comunicação)» y en las «Jornadas sobre Inteligência Artificial, PSM e Valor Público (Onde estarão os meios públicos em 2034)», eventos celebrados el 18 de noviembre de 2024 en la Universidade Fernando Pessoa de Oporto.

El *leit motiv* de dichos eventos y de esta misma publicación es poner en valor la comunicación y la innovación transfronteriza, entre Galicia-España y Portugal, sobre los medios de comunicación de servicio público (MSP) o Public Service Media (PSM, por sus siglas inglés), del grupo de investigación que fue creado en la Universidad de Santiago hace 25 años y que actualmente es uno de los referentes europeos en este campo, como avalan las publicaciones de sus integrantes, las actividades de transferencia y formación, así como los proyectos de I+D+I desarrollados y los que respaldan esta edición.

La comunicación transfronteriza material y social es uno de los principales retos de las relaciones entre España y Portugal, que se ha materializado como uno de los grandes logros de la integración peninsular en la Unión Europea a partir de enero de 1986, pero que sin embargo aún conserva resistencias o desconocimientos entre las estructuras culturales y mediáticas de ambos países, a pesar de diversos esfuerzos institucionales

y de las propias Universidades para estimular la cooperación científica.

La isla de la balsa pétreo peninsular prepirenaica, del sueño del iberismo de los últimos dos siglos y de la metáfora literaria de Saramago y Torga, se ha materializado en la superestructura de la arquitectura institucional de la integración europea, haciendo desaparecer la impermeabilidad física de la frontera más antigua y larga de Europa, de más de siete siglos y 1.234 kilómetros, 400 de ellos delimitados por cauces fluviales, siete provincias españolas y 12 distritos portugueses, aunque en un entorno de «raia» poblado por no más de cuatro millones de habitantes frente a los 49,1 millones de España y los 10,3 millones de Portugal.

Las relaciones de España-Portugal, y en particular desde Galicia, se nutren de reminiscencias históricas, literarias, políticas y románticas en los últimos dos siglos, pero se intensificaron con la mayor facilidad de la circulación física a partir de la integración europea de ambos países en las recientes cinco décadas. El catedrático e historiador de la Universidad de Santiago de Compostela, Ramón Villares, publicó en 2024 un importante ensayo al respecto, titulado *Repensar Iberia. Del iberismo peninsular al horizonte europeo*.

El profesor Villares opina que «el marco europeo no ha abolido la fuerza de los estados nacionales —incluso los ha reforzado en algunos aspectos—, en este caso también ha transformado profundamente las relaciones entre los dos estados peninsulares, no mediante una fusión entre ellos o una nueva composición política, sino ayudando a superar su estancamiento y, desde luego, sus miradas recelosas... La antigua cuestión ibérica tomó nuevos rumbos en los últimos decenios del siglo XXI».

El historiador compostelano constata la apertura de puertas y ventanas en las relaciones transfronterizas entre ambos países, pero, parafraseando a Kavanagh (2009), señala que «sin embargo algunos marcos permanecen en las paredes de las viejas fronteras, siendo, sin duda, los de naturaleza cultural y de diplomacia política los más resistentes» (Villares, 2024).

Uno de esos marcos resistentes es de la circulación de los productos o contenidos de la industria de los medios de comunicación de ambos países, a pesar de la proximidad geográfica, social, musical, lingüística, cultural y de cooperación científica de las comunidades de España y Portugal. Las noticias de los acontecimientos de España y Portugal están relativamente poco presentes en el ecosistema digital global y glocal.

A pesar de esa proximidad, las agendas mediáticas de uno y otro lado de la frontera siguen siendo poco fluidas y muy rutinarias (los sucesos por encima de los acontecimientos cívicos); tanto en el despliegue profesional de coberturas informativas como en la escasa colaboración o coproducción de contenidos (ficción, musicales o deportivos) audiovisuales. Algo que no ocurre en otras áreas de alianzas mediáticas y audiovisuales transfronterizas europeas como las de Francia, Bélgica y Suiza, Alemania-Austria, o Nordicom (Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca).

Sin embargo la cooperación universitaria y la investigación científica, como reconoce el profesor Villares, es bastante fluida y fructífera. En el ámbito de las ciencias de la comunicación, las asociaciones de investigadores de España (AE-IC), Portugal (SOPCOM), Galicia (AGACOM), comunidades lusófona (LUSOCOM) e iberoamericana (ASIBERCOM) tienen en su haber una trayectoria de varias décadas de cooperación. Al igual que las propias Universidades y los grupos de investigación, en particular el de Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela con los homólogos de Minho, Beira Interior, Porto, Coimbra y Lisboa.

Por lo que respecta al equipo de investigación sobre medios de comunicación de servicio público de la Universidad de Santiago de Compostela, su actividad y objetivo ha sido también estrechar más las relaciones con los investigadores del área de Portugal, aumentar las estancias respectivas, intervenir en programas docentes de doctorado y maestrías de una y otra parte, participar en tribunales de posgrado y acreditación y colaborar en proyectos de I+D+i y transferencia. Tiene especial significado la organización de diversos proyectos y programas de transferencia e

innovación, como este de Porto que concita esta publicación, en el que se han reunido, además de académicos e investigadores, también a profesionales y conocimiento de las radiotelevisiones públicas de Portugal (RTP) y de España (RTVE, de la CRTVG de Galicia y del resto de las RTV autonómicas de la FORTA). Y como reto principal de innovación, el del desarrollo y aplicación de la inteligencia artificial en los medios de comunicación públicos, que desde distintas perspectivas y enfoques se puede apreciar en las páginas siguientes de este libro. Este es el hilo con el que este prefacio quiere conectar el trabajo de las autoras y autores de los que capítulos que se pueden leer a continuación.

Referencias bibliográficas

- | | |
|---|---|
| <p>Kavanagh, William (2009). «Se puede quitar la puerta, pero se queda el marco. Identidades, cambiantes y no cambiantes, en las fronteras europeas». En Heriberto Cairo, Paula Godinho, Xerardo Pereiro (coords), <i>Portugal e Espanha entre discursos de centro e praticas de frontera</i>. Edições Colibri, Lisboa.</p> | <p>Saramago, José (1999). <i>La balsa de piedra</i>. Alfaguara, Madrid.</p> <p>Torga, Miguel (2000). <i>Diário</i>. Dom Quixote Pub.</p> <p>Villares, Ramón (2024). <i>Repensar Iberia. Del iberismo peninsular al horizonte europeo</i>. Pasado & Presente, Barcelona.</p> |
|---|---|