

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

Introducción

Título del Capítulo

«Introducción. Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha»

Autoría

César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López
Isaac Maroto-González

Cómo citar este Capítulo

Fieiras-Ceide, C.; Túñez-López, M.; Maroto-González, I. (2025): «Introducción. Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha». 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/intro.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>	

Introducción

Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha

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

El ecosistema global de medios públicos se encuentra inmerso en un proceso de transformación profunda. La incorporación de tecnologías basadas en inteligencia artificial (IA) no constituye simplemente un avance técnico, sino una reconfiguración estructural que incide directamente sobre los valores, procesos y finalidades que definen a los medios de servicio público —*Public Service Media* (PSM), por sus siglas en inglés—. Desde la personalización de contenidos hasta la verificación automatizada, y desde la organización documental hasta las nuevas formas de interacción con las audiencias, la IA ya está alterando las lógicas con las que se produce, distribuye y consume información en los entornos audiovisuales contemporáneos. Ante esta disrupción, los PSM están llamados a incorporar tecnologías emergentes sin renunciar a los principios que les otorgan legitimidad: independencia editorial, pluralismo, acceso universal y servicio al interés general.

La adopción de sistemas de IA en estos medios no puede entenderse como una operación meramente instrumental, pues está atravesada por decisiones éticas, organizativas y culturales de gran calado. Los algoritmos, lejos de ser completamente neutros, están condicionados por los datos que los alimentan, los marcos institucionales que los regulan y las personas que los diseñan, programan o supervisan. Por ello, pueden reproducir sesgos, consolidar asimetrías o responder —explícita o implícitamente— a intereses concretos. A estos desafíos se suman obstáculos operativos, como la escasez de formación técnica,

la resistencia al cambio o la dificultad para traducir los desarrollos tecnológicos en soluciones sostenibles, comprensibles y auditables desde una lógica de servicio público.

Este libro propone una mirada crítica, plural y fundamentada sobre el modo en que la inteligencia artificial está afectando a los medios públicos, tanto en su dimensión interna como en su función social. A lo largo de once capítulos se examinan los principales espacios donde esta tecnología está generando impactos visibles o incipientes: producción de contenidos, procesos editoriales, verificación informativa, gestión documental, relación con las audiencias y estructuras organizativas. El enfoque adoptado es necesariamente transversal, integrando perspectivas técnicas, narrativas, éticas, institucionales y profesionales que permiten comprender el alcance real de este cambio sistémico.

La obra es el resultado de un esfuerzo colectivo que reúne a 26 investigadores e investigadoras con amplia trayectoria en el estudio de los medios públicos, la innovación tecnológica y los procesos de digitalización avanzada. El equipo autoral proviene de ocho universidades: la Universidade de Santiago de Compostela (USC), la Universidade de Vigo (UVigo), la Universidade da Coruña (UDC), la Universitat de València (UV), la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y la Universidade Fernando Pessoa (UFP), con sede en Oporto (Portugal). Precisamente en esta institución se celebraron el 18 de noviembre de 2024 dos encuentros científicos internacionales —el «Hackathon de Comunicação (Chat & Bot: falando sobre o impacto da IA na Comunicação)» y las «Jornadas sobre Inteligência Artificial, PSM e Valor Público (Onde estarão os meios públicos em 2034)»— que sirvieron como punto de partida para este volumen, al propiciar un espacio de intercambio académico y reflexión crítica sobre el papel de la inteligencia artificial en los medios públicos. A esta red académica se suman profesionales de reconocida trayectoria en Radiotelevisión Española (RTVE), que aportan una perspectiva operativa y estratégica

en estrecho vínculo con el desarrollo real de las iniciativas analizadas.

El libro se enmarca en las actividades de investigación de dos proyectos competitivos financiados con fondos públicos. Por una parte, el proyecto VALCOMM («*Medios audiovisuales públicos ante el ecosistema de las plataformas: modelos de gestión y evaluación del valor público de referencia para España*», PID2021-122386OB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y los fondos FEDER de la Unión Europea; por otra, el proyecto VALUEBOT («*Creación de una plataforma generadora de chatbots mediante IA para la comunicación del valor público del PSM*», PDC2023-145885-I00), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea «NextGeneration EU»/PRTR. Además, se integra en la labor de la *Cátedra RTVE-USC sobre Medios de Servicio Público en Europa*, consolidada como un espacio de transferencia entre el ámbito académico y el profesional, especialmente orientado al análisis del ecosistema mediático europeo desde una perspectiva pública.

El hilo argumental que estructura el volumen se centra en explorar cómo la IA redefine el papel y las funciones de los medios públicos sin desligarlos de su mandato democrático. Cada capítulo aborda un eje específico de esa transformación. El recorrido se inicia con la experiencia de usuario y los sistemas de personalización inteligente, continúa con los procesos creativos de la ficción audiovisual y se detiene en desarrollos pioneros como IVERES, el sistema de verificación automatizada multiformato impulsado por RTVE en colaboración con universidades. Se examinan también los modelos de innovación en televisiones regionales europeas, el impacto de los bots en la esfera comunicativa, los desafíos que plantea la descentralización de plataformas como Mastodon, y la creciente importancia de la automatización en los sistemas de archivo y documentación.

Asimismo, se abordan cuestiones estructurales como la transformación de los procesos productivos en redacciones in-

teligentes, los riesgos de aceleración informativa que impone la lógica algorítmica y los dilemas profesionales que emergen al repensar el periodismo en un entorno donde las decisiones automatizadas ganan protagonismo. El volumen se cierra con una reflexión sobre la credibilidad, la autenticidad y la confianza periodística en un escenario donde la distinción entre lo real y lo sintético se vuelve cada vez más difusa.

Este recorrido invita a formular interrogantes clave que acompañan el desarrollo de toda la obra. No se trata solo de observar la adopción de nuevas tecnologías, sino de preguntarse qué significan, a quién sirven y cómo deben gestionarse para no desdibujar el sentido público de los medios. ¿Puede la inteligencia artificial fortalecer los valores del servicio público en lugar de erosionarlos? ¿Hasta qué punto es posible conciliar eficiencia automatizada y responsabilidad editorial? ¿Qué papel pueden jugar los medios públicos en un entorno gobernado por infraestructuras opacas y modelos de negocio globales?

Este libro no pretende ofrecer recetas tecnológicas ni respuestas unívocas. Más bien, propone formular preguntas relevantes y bien fundamentadas que ayuden a comprender los desafíos actuales y futuros. Su valor reside en la articulación entre el análisis riguroso y la experiencia práctica, entre la reflexión crítica y la voluntad de servicio. En un contexto donde la inteligencia artificial ya forma parte de las infraestructuras mediáticas, pensar desde los medios públicos es más necesario que nunca.