

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 40, año 2025. URL: [espejodemonografias.comunicacionsocial.es](http://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 Feiras-Ceide; Miguel Túñez-López;  
Isaac Maroto-González (editores)

## Separata

## Capítulo 6

### Título del Capítulo

«Fediverso y medios públicos: el reto de estar en Mastodon»

### Autoría

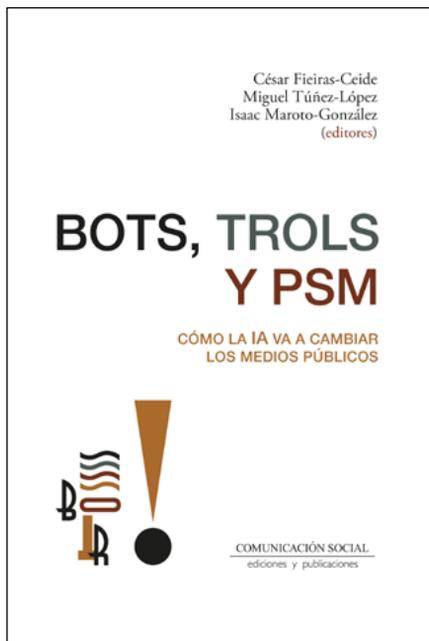
Alberto Quian; Pedro Lázaro-Rodríguez

### Cómo citar este Capítulo

Quian, A.; Lázaro-Rodríguez, P. (2025): «Fediverso y medios públicos: el reto de estar en Mastodon». En Feiras-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/c6.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

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Prólogo. Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM</b>   | <b>11</b> |
| <i>por Francisco Campos-Freire</i>  |           |
| <b>Introducción. Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha</b>  | <b>15</b> |
| <i>por César Feirás-Ceide; Miguel Túnnez-López; Isaac Maroto-González</i>   |           |
| <b>1. Experiencia de usuario e inteligencia artificial en medios públicos y privados: claves para la redefinición del ecosistema televisivo</b> | <b>19</b> |
| <i>por César Feirás-Ceide; Miguel Túnnez-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        |
| <b>2. Crear en compañía. La inteligencia artificial en los procesos creativos de ficción audiovisual</b>  | <b>39</b> |
| <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:<br>entrenamientos éticos, plataformas creativas y<br>agentes de inteligencia artificial | 48        |
| 6. Conclusiones   | 51        |
| 7. Referencias bibliográficas   | 53        |
| <br>  |           |
| <b>3. Inteligencia artificial y verificación en medios públicos:<br/>El caso de RTVE y el proyecto IVERES</b>                           | <b>57</b> |
| <i>por Esteban Mayoral Campos; Pere Vila Fumàs</i>  |           |
| 1. Introducción: La inteligencia artificial como pilar<br>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<br>la desinformación   | 59        |
| 3. Tecnologías de inteligencia artificial aplicadas<br>a la verificación de contenidos  | 60        |
| 3.1. Algoritmos de detección de imágenes, audio<br>y vídeo falsos   | 61        |
| 3.2. Monitorización y análisis de redes sociales  | 61        |
| 3.3. Sistemas automatizados de análisis lingüístico<br>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<br>de verificación multiformato  | 64        |
| 4.3. Resultados obtenidos y lecciones aprendidas:<br>impacto en la velocidad y precisión del fact-checking                              | 66        |
| Retos y lecciones aprendidas  | 65        |
| 5. La colaboración interinstitucional como estrategia<br>frente a la desinformación   | 67        |
| 5.1. Colaboración interuniversitaria: tecnología,<br>ingeniería y periodismo  | 67        |
| 5.2. El compromiso de RTVE con la innovación<br>y la verificación   | 68        |
| 5.3. Impulsa Visión como articulador de la cooperación  | 69        |
| 5.4. Recomendaciones y modelos replicables<br>para fomentar la cooperación  | 69        |
| 6. Conclusiones y retos futuros   | 70        |
| 6.1. La inteligencia artificial como herramienta<br>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        |
| <b>4. Innovación digital e inteligencia artificial.</b>                         |           |
| <b>La nueva televisión pública regional europea</b>                             | <b>73</b> |
| <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 radiotelevisiones públicas regionales               | 81        |
| 5. Barreras a la innovación   | 84        |
| 6. Conclusiones   | 85        |
| 7. Referencias bibliográficas   | 87        |
| <b>5. Impacto de los bots en el discurso de los medios públicos</b>             | <b>91</b> |
| <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       |

|   |            |
|---|------------|
| <b>6. Fediverso y medios públicos: el reto de estar en Mastodon</b>   | <b>111</b> |
| <i>por Alberto Quián; 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        |
| <br>  |            |
| <b>7. La IA en la gestión documental de los medios de comunicación: innovación, automatización y ética</b>  | <b>137</b> |
| <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        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>8. El Nuevo-Nuevo Periodismo: ¿cómo puede la IA ralentizar la producción de noticias?</b> | <b>153</b> |
| <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        |
| <br>   |            |
| <b>9. Redacciones inteligentes, un nuevo <i>newsmaking</i> informativo</b>                   | <b>171</b> |
| <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        |
| <br>   |            |
| <b>10. Repensando el periodismo desde la IA: impactos y dilemas</b>                          | <b>191</b> |
| <i>por Patricia 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        |
| <br>  |            |
| <b>11. Credibilidad y autenticidad en el periodismo contemporáneo: desafíos frente a la Inteligencia Artificial</b> | <b>209</b> |
| <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        |
| <br>  |            |
| <b>12. Cierre. Gobernar la disrupción: retos estratégicos para los medios públicos en la era de la IA</b>           | <b>225</b> |
| <i>por César Feiras-Ceide; Miguel Túniz-López; Isaac Maroto-González</i>  |            |

## Fediverso y medios públicos: el reto de estar en Mastodon

*Alberto Quian*

Universidade de Santiago de Compostela

*Pedro Lázaro-Rodríguez*

Universidad Complutense de Madrid

### *1. Introducción*

La proliferación de plataformas de redes sociales centralizadas ha reconfigurado radicalmente el ecosistema mediático, transformando la manera en que la ciudadanía accede a la información y participa en el debate público. No obstante, este entorno digital, dominado por unas pocas corporaciones, ha revelado múltiples problemáticas que comprometen la calidad del discurso democrático y la confianza pública. Entre estos desafíos se encuentran la difusión masiva de desinformación y noticias falsas, la consolidación de cámaras de eco algorítmicas que amplifican la polarización social, la opacidad en las políticas de moderación de contenidos y las recurrentes crisis de privacidad de datos (O'Neil, 2016; Zuboff, 2019). Estas dinámicas han generado un contexto de «infodemia» y de «desorden informativo» (Wardle; Derakhshan, 2017; Quian, 2023a; 2024).

En los últimos años, han surgido una gran cantidad de experimentos con tecnologías sociales descentralizadas (Allen *et al.*, 2023) en respuesta a estos desafíos, ofreciendo modelos alternativos de comunicación en línea que han ido ganando tracción. Entre ellos, el Fediverso se destaca como un enfoque prometedor para las redes sociales (Zulli *et al.*, 2020).

El Fediverso, abreviatura de «universo federado», representa una red de servidores descentralizados (conocidos como instancias), autónomos, sin ánimo de lucro e interconectados que operan con protocolos abiertos, lo que permite a los usuarios

de diferentes plataformas interactuar sin problemas entre sí (Raman *et al.*, 2019). Esta arquitectura descentralizada, construida sobre software libre y de código abierto, contrasta radicalmente con los «jardines amurallados» de los gigantes de las redes sociales tradicionales, ofreciendo un nuevo paradigma de comunicación en línea que prioriza la autonomía del usuario, la privacidad y la moderación impulsada por la comunidad (Anaobi *et al.*, 2023; Zignani *et al.*, 2018).

A medida que crecen las preocupaciones sobre la concentración del poder en manos de unas pocas empresas tecnológicas, el Fediverso presenta una visión alternativa para el futuro de las redes sociales y para promover un ecosistema informativo en línea más saludable. A diferencia de las redes comerciales, privadas y tradicionales, donde una única entidad controla la infraestructura, las normas y la gestión de datos, en el Fediverso cada instancia opera de manera independiente, manteniendo su propia comunidad y reglas de moderación (Lemmer-Webber *et al.*, 2018; Rozenshtein, 2022).

Todas estas características técnicas, éticas y filosóficas del Fediverso lo sitúan en el marco de la ética y la cultura *hackers* en su sentido original (Quian, 2022), fomentando la innovación colaborativa y la posibilidad de que cualquier desarrollador contribuya al ecosistema sin restricciones impuestas por corporaciones tecnológicas. Esta flexibilidad ha permitido la proliferación de múltiples comunidades, cada una con su propio enfoque y políticas de moderación, fortaleciendo un entorno digital más diverso y democrático (Gehl, 2022).

El objetivo de este capítulo es examinar cómo los medios de servicio público pueden integrar Mastodon en sus estrategias digitales. Primero, se explican los protocolos de interoperabilidad base de Mastodon y del Fediverso, el auge de la investigación académica sobre este ecosistema y su potencial para el periodismo. Luego, se presenta un análisis de medios públicos en Mastodon atendiendo a variables como los seguidores y la reciprocidad, el volumen acumulado de publicación o la inactividad reciente, entre otras. Por último, se plantean una serie de estrategias y recomendaciones para los medios públicos.

## *2. Protocolos, auge de la investigación y oportunidad para periodistas y medios*

### *2.1. ActivityPub: un hito clave en la evolución de los protocolos para la interoperabilidad en el Fediverso*

Uno de los pilares fundamentales del Fediverso es el uso de protocolos abiertos como OStatus o ActivityPub, que garantizan la interoperabilidad entre plataformas. Esta arquitectura posibilita que distintas aplicaciones, como Mastodon (*microblogging*), PeerTube (vídeo), Pixelfed (fotografía) o Lemmy (foros del tipo agregadores de enlaces), entre otras, puedan interactuar entre sí. Esto no ocurre en las redes corporativas, donde no es posible la interacción entre usuarios de X (anteriormente Twitter), Instagram, YouTube y TikTok, por ejemplo (Quian, 2023b).

A medida que los proyectos del Fediverso han evolucionado, ha crecido, a la par, la demanda de un protocolo robusto y versátil que simplifique la implementación de redes federadas. Esta necesidad fue satisfecha con la creación del protocolo ActivityPub, estandarizado por el World Wide Web Consortium (W3C) en 2018 (Lemmer-Webber *et al.*, 2018).

ActivityPub permite la interoperabilidad entre distintas plataformas e instancias, lo que posibilita que usuarios de un servidor interactúen con los de otros servidores y también con diferentes plataformas. Por ejemplo, un usuario de Mastodon puede seguir, interactuar y compartir contenido con usuarios de diversas instancias de este proyecto, pero también con los de otros proyectos que utilizan el mismo protocolo de red (como Pixelfed, Pleroma o PeerTube), aunque sean plataformas con propósitos distintos.

ActivityPub se ha convertido en el principal protocolo en el Fediverso e impulsó una nueva ola de proyectos, entre ellos Mastodon, que desempeñó un papel fundamental en la popularización de este ecosistema federado.

## 2.2. Auge de la investigación sobre Mastodon y el Fediverso

Lázaro-Rodríguez (2024) analiza la producción científica sobre el Fediverso y sus principales plataformas. Además de recoger la evolución temporal de publicaciones sobre el tema, la tipología documental, el grado de acceso abierto y los idiomas predominantes, propone una categorización temática de estos trabajos: descentralización, consumo y contenidos, activismos, academia, el Fediverso como alternativa, la migración desde redes como X, trabajos introductorios a Mastodon y presente y futuro de las plataformas del Fediverso.

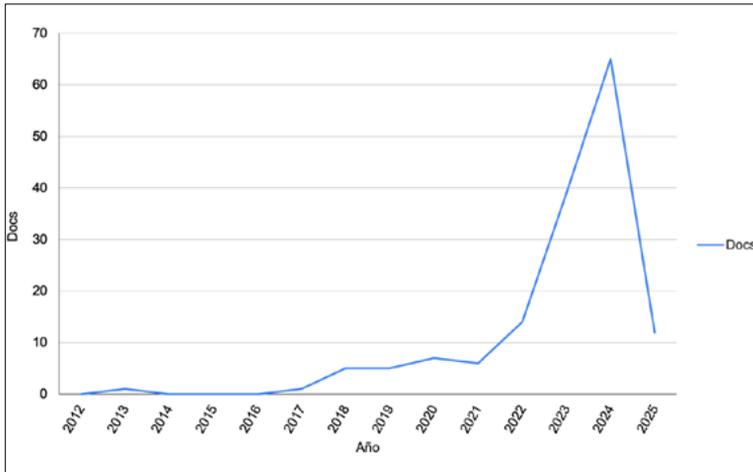
El trabajo de Lázaro-Rodríguez (2024) se actualiza en una web con una tabla dinámica donde se van añadiendo nuevas publicaciones sobre el Fediverso (Lázaro-Rodríguez, 2025). La web incluye dos tablas: una con las publicaciones analizadas en su trabajo de 2024, y cuya ventana temporal cubre hasta inicios de 2024, y otra donde va añadiendo trabajos hasta la actualidad y sin ventana temporal cerrada.

Hasta el 20 de abril de 2025, Lázaro-Rodríguez (2025) identificó 155 trabajos: 74,84% se publicaron desde el año 2023 (Figura 1); el auge coincide con la compra de Twitter por Elon Musk en octubre de 2022. También, con la excepción de un trabajo en 2013 sobre redes sociales P2P (*peer-to-peer*) en el que se habla de Diaspora y Friendica (plataformas del Fediverso), la producción científica empieza a crecer desde 2017 y 2018, coincidiendo con la publicación del protocolo ActivityPub y con el lanzamiento previo de Mastodon, en 2016 (véase la figura 1).

Hasta inicios de 2024, existen trabajos centrados en el consumo de la información en usuarios de Mastodon y su comportamiento (La-Cava *et al.*, 2022a; 2022b), pero quizá el más relevante para la disciplina del periodismo sea el trabajo de Braun (2023), quien plantea que Twitter (X) se convirtió en un lugar hostil para periodistas y académicos, y presenta Mastodon como alternativa.

En cuanto a la producción científica desde 2024, se pueden destacar trabajos relacionados con la información, *bots*, inteligencia artificial, y medios de comunicación y periodismo en

Figura 1. Evolución de la publicación científica sobre el Fediverso (Lázaro-Rodríguez, 2025).



general. Por ejemplo, Huang (2024) reflexiona sobre el futuro de la libertad de expresión en redes sociales descentralizadas. Salaverría *et al.* (2024) estudian el rol de las redes del Fediverso como herramientas contra la desinformación y la censura. Radivojevic *et al.* (2024) examinan las políticas sobre *bots* en redes principalmente corporativas, pero también en Mastodon; y Cole *et al.* (2024) desarrollan una experiencia positiva sobre la creación de *AI-bots* en Mastodon relacionados con la crisis sanitaria por covid-19 para gente joven. Ng y Rai (2025) analizan la migración de periodistas desde Twitter a plataformas alternativas —incluida Mastodon— tras la adquisición de Musk. Finalmente, Quian *et al.* (2025) ofrecen el primer análisis de la presencia de medios periodísticos de España en esta red social.

### 2.3. Una oportunidad para periodistas y medios

Al «incorporar valores de libertad de expresión y distribución de software de código abierto» y «empoderar a los usuarios y fomentar un espacio digital más democrático», el Fediverso «se

alineada en términos generales con los valores de la UE» (Livitckaia *et al.*, 2023: 8-36).

Esta parece una razón de peso para que los medios públicos europeos comprometidos con un periodismo libre, transparente y ético para el bien común se unan al Fediverso. Participar en él, ya sea como usuarios o, mejor aún, como instancias, «contribuiría a legitimarlo como la arquitectura de redes sociales preferida para las sociedades democráticas» (Rozenstein, 2022: 233).

El Fediverso parece ofrecer capacidades y recursos mejorados para gestionar actores problemáticos y restringir la difusión de contenido tóxico (Caelin, 2022; He *et al.*, 2023). Su arquitectura proporciona medios más eficaces para frenar la desinformación, la propaganda y los discursos de odio en comparación con las redes centralizadas (Gehl, 2022). De hecho, muchas instancias han establecido normas que priorizan la creación de entornos seguros, abordando explícitamente cuestiones como el acoso y el discurso de odio (Nicholson *et al.*, 2023).

Estas características del ecosistema del Fediverso presentan tanto oportunidades como desafíos para los medios que operan en proyectos como Mastodon (Quian *et al.*, 2025). Los medios se ven incentivados a mantener altos estándares de creación de contenido, verificación de datos y publicación debido a la mayor rendición de cuentas dentro del Fediverso, donde las comunidades federadas tienen el poder de restringir o bloquear fuentes que consideran poco fiables o productoras de contenido de baja calidad. Como consecuencia, las organizaciones periodísticas corren el riesgo de ser identificadas y marginadas como difusoras de desinformación, información sesgada, propaganda o contenido deficiente si no mantienen rigurosos estándares informativos en un entorno donde existen «comunidades profundamente escépticas respecto al periodismo [...] que ven a la prensa como una molesta extensión del Estado» (Braun, 2023: 2).

Numerosos periodistas han optado estratégicamente por distanciarse de X y explorar alternativas como Mastodon (Claesson, 2023). Esta tendencia incluye la creación de instancias específicas para periodistas, como *Newsie.social* o *Journa.host*, que permiten una interacción más enfocada dentro de la co-

munidad periodística (Braun, 2023). Además, algunos medios han decidido explorar el potencial de esta red federada, impulsadas por el denominado «efecto Musk» (Quian *et al.*, 2025).

Tal y como se ha planteado anteriormente, las políticas implementadas por el magnate parecen haber convertido a X en «un lugar menos hospitalario [...] para los periodistas», a quienes «intentó disciplinar por criticar a la empresa con suspensiones repentinas de cuentas y la aplicación de etiquetas engañosas a las cuentas de los medios» (Braun, 2023: 1).

También existen demandas explícitas para que los medios públicos creen sus propias instancias en el Fediverso, particularmente en Mastodon. Por ejemplo, McKelvey y Gehl (2022) propusieron que la *Canadian Broadcasting Corporation* (CBC/Radio-Canada) estableciera su propio servidor en Mastodon para «brindar acceso a los canadienses que desean redes sociales sin depender de corporaciones predominantemente estadounidenses». En Europa, destaca la plataforma independiente de noticias *Display Europe*; esta iniciativa, respaldada por la European Cultural Foundation y cofinanciada por el programa *Creative Europe* de la Unión Europea, se basa en protocolos y software abiertos que priorizan la privacidad de los usuarios, manteniéndose independiente de las grandes empresas tecnológicas. Como parte de su estrategia, *Display Europe* lanzó sus propias instancias en el Fediverso, específicamente en Mastodon (<https://displayeurope.social/>) y PeerTube (<https://displayeurope.video/>).

En definitiva, redes sociales descentralizadas, federadas, abiertas y libres como Mastodon «han sido creadas para la libertad de expresión y la resistencia a la censura» (Livitckaia *et al.*, 2023: 7). Esto representa un argumento de peso para que los medios periodísticos adopten el Fediverso.

### 3. Medios públicos en Mastodon

La llegada de medios a Mastodon ha sido una de las transformaciones más significativas en el panorama de redes sociales tras el cambio de propiedad de Twitter/X.

Martin Holland es un periodista alemán del gigante mediático *Heise* que mantiene una lista activa con 382 cuentas de organizaciones informativas verificadas en Mastodon, en 21 idiomas y distribuidas en 118 instancias (datos a 19 de abril de 2025). De esa lista identificamos 20 cuentas gestionadas por medios que se definen por su misión de servicio público, independencia editorial y financiación no comercial, y que representan tanto a grandes consorcios de radiodifusión pública estatal, como a medios públicos regionales, radios comunitarias, medios financiados por universidades y emisoras con apoyo municipal (Tabla 1).

Tabla 1. Medios públicos verificados en Mastodon.

| País     | País                   | Handle Mastodon         | Descripción  |
|----------|------------------------|-------------------------|--|
| Alemania | Das Wissen   SWR       | DasWissen@ard.social    | Programa de radio de SWR (consorcio público ARD) que ofrece contenido educativo y científico.                                      |
|          | ZDF                    | ZDF@zdf.social          | Televisión nacional pública.   |
|          | ARD Archivradio        | Archivradio@ard.social  | Archivos históricos de audio de la radiotelevisión pública ARD.  |
|          | BR24                   | BR24@ard.social         | Servicio de noticias de la emisora bávara Bayerischer Rundfunk.  |
|          | tagesschau             | tagesschau@ard.social   | Principal programa de noticias de la televisión pública alemana, producido por ARD.  |
|          | NDR                    | NDR@ard.social          | Norddeutscher Rundfunk es una empresa pública de radio y televisión que presta servicio a estados federados del norte de Alemania. |
|          | 3sat                   | 3sat@zdf.social         | Canal cultural de televisión en alemán coproducido por ZDF (Alemania), ORF (Austria) y SRG (Suiza).                                |
|          | Freies Sender Kombinat | fsk@todon.eu            | FSK es una emisora de radio libre en Hamburgo con financiación municipal.  |
|          | Radio Dreyeckland      | RDL@freiburg.social     | Radio comunitaria en Friburgo con fondos públicos locales.   |
|          | Radio Lora München     | lora924@muenchen.social | Radio comunitaria en Múnich con financiación pública.  |

| País        | País                   | Handle Mastodon                 | Descripción  |
|-------------|------------------------|---------------------------------|--|
| Austria     | radio FM4              | radioFM4@toot.com-<br>community | Canal cultural y musical de la radiodifusora pública austriaca ORF (Österreichischer Rundfunk)   |
|             | Radio Helsinki         | radiohelsinki@graz.<br>social   | Radio en Graz con apoyo municipal y que forma parte del Verband Freier Radios Österreich (VFRÖ), la asociación de radios libres de Austria.                            |
| Reino Unido | BBC Radio 4            | BBCRadio4@social.bbc            | Emisora de radio de la BBC.  |
|             | BBC Radio 5 Live       | BBC5Live@social.bbc             | Canal de la BBC.   |
|             | BBC R&D                | BBCRD@social.bbc                | Departamento de innovación tecnológica de la BBC.  |
|             | BBC Connected Studio   | Connected_Studio@<br>social.bbc | Plataforma experimental de la BBC para nuevos formatos.  |
| Rep. Checa  | Radiožurnál            | radiozurnal@rozhlas.cz          | Principal emisora de radio pública checa.  |
|             | iROZHLAS               | irozhlas@rozhlas.cz             | Plataforma de noticias operada por la Radio Checa.   |
| EE.UU.      | Voice of America (VOA) | VOANews@mastodon.<br>social     | Servicio internacional de radiodifusión financiado por el Gobierno de Estados Unidos.  |
|             | Arizona Public Media   | azpm@mastodon.social            | Organización de medios públicos afiliada a PBS (Public Broadcasting Service) para televisión y NPR (National Public Radio) y financiada por la Universidad de Arizona. |

Una de las formas más directas de observar el desempeño comunicativo de los medios en Mastodon es el análisis combinado de cuatro variables cuantitativas: número de seguidores, número de cuentas seguidas, volumen total de publicaciones (*toots*) y frecuencia promedio de publicación diaria.

Estos indicadores permiten trazar un perfil básico de cada cuenta en términos de alcance potencial, actitud relacional y actividad comunicativa. Como puede observarse en la Tabla 2, hay una gran diversidad de comportamientos. Algunas cuentas, como *tagesschau* o *BR24*, muestran un alto nivel de publicación y seguimiento, mientras que otras mantienen una

actividad mínima o una estrategia comunicativa unidireccional, con escaso seguimiento mutuo.

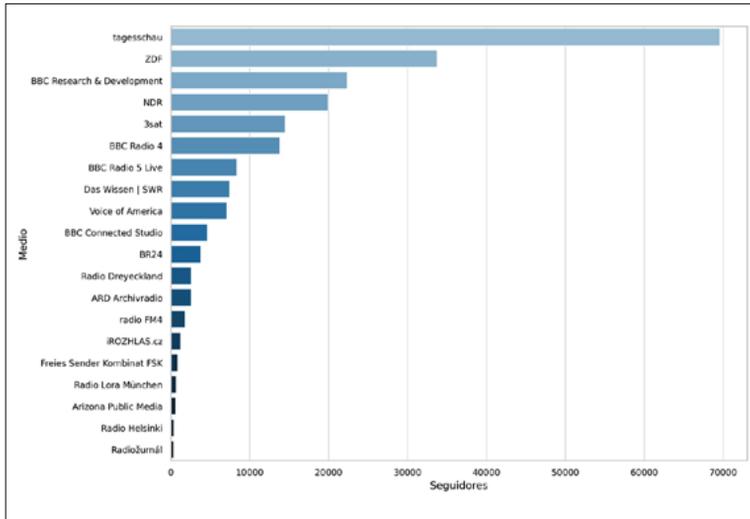
Tabla 2. Datos cuantitativos básicos de las 20 cuentas.

| Medio                | Instancia           | Seguidores | Siguiendo | Toots  | Actividad/día |
|----------------------|---------------------|------------|-----------|--------|---------------|
| tagesschau           | ard.social          | 69.565     | 4         | 32.642 | 45,65         |
| ZDF                  | zdf.social          | 33.780     | 19        | 1.614  | 1,86          |
| BBC R&D              | social.bbc          | 22.368     | 5         | 84     | 0,12          |
| NDR                  | ard.social          | 19.952     | 10        | 2.711  | 3,81          |
| 3sat                 | zdf.social          | 14.503     | 94        | 1.845  | 2,57          |
| BBC Radio 4          | social.bbc          | 13.815     | 5         | 234    | 0,37          |
| BBC Radio 5 Live     | social.bbc          | 8.388      | 2         | 139    | 0,22          |
| Das Wissen           | ard.social          | 7.474      | 1         | 1.024  | 2,74          |
| Voice of America     | mastodon.social     | 7.145      | 13        | 4.592  | 5,36          |
| BBC Connected Studio | social.bbc          | 4.675      | 2         | 18     | 0,03          |
| BR24                 | ard.social          | 3.829      | 23        | 10.930 | 15,89         |
| Radio Dreyeckland    | freiburg.social     | 2.602      | 494       | 1.320  | 1,48          |
| ARD Archivrado       | ard.social          | 2.597      | 12        | 393    | 0,55          |
| radio FM4            | toot.community      | 1.840      | 69        | 229    | 0,26          |
| iROZHLAS.cz          | mastodon.rozhlas.cz | 1.241      | 13        | 7.929  | 9,32          |
| FSK                  | todon.eu            | 862        | 173       | 963    | 0,89          |
| Radio Lora München   | muenchen.social     | 690        | 1.939     | 625    | 0,77          |
| Arizona Public Media | mastodon.social     | 651        | 5         | 90     | 0,10          |
| Radio Helsinki       | graz.social         | 386        | 472       | 239    | 0,34          |
| Radiožurnál          | mastodon.rozhlas.cz | 349        | 27        | 3.859  | 4,61          |

### 3.1. Seguidores y reciprocidad

El número de seguidores ofrece una aproximación al grado de visibilidad o de interés que genera cada cuenta. En el

Figura 2. Número de seguidores acumulados por cuenta.



conjunto analizado, destacan *tagesschau*, *ZDF* o *BBC R&D*, que superan ampliamente los 20.000 seguidores, lo cual puede asociarse tanto a su prestigio institucional como a la confianza del público en marcas reconocidas. En contraste, medios como *Radio Helsinki*, *Arizona Public Media* o *Radiožurnál* presentan comunidades de seguidores más reducidas, posiblemente por su enfoque local, su menor notoriedad internacional o el carácter más especializado de su programación.

Este indicador, junto al nivel de actividad y de reciprocidad, permite distinguir entre cuentas que acumulan gran visibilidad con bajo nivel de interacción, y otras que, pese a una audiencia menor, mantienen una relación más activa y distribuida con su comunidad.

Aunque el número de seguidores es una variable importante, no siempre se correlaciona con la participación. Medios con alto número de seguidores pueden seguir a muy pocas cuentas, reflejando una lógica unidireccional. En cambio, otros medios con pocos seguidores siguen a muchas cuentas, mostrando una actitud relacional más coherente con la filosofía de Mastodon.

El índice de reciprocidad nos da una idea de cuánto siguen los medios en relación con cuántos los siguen. Este índice permite identificar si una cuenta mantiene una estrategia comunicativa más abierta e interactiva —propia de redes descentralizadas como Mastodon—, o si se limita a una presencia unidireccional más clásica, orientada exclusivamente a la difusión de contenidos. Un valor  $>1$  implica que la cuenta sigue a más usuarios de los que la siguen; un valor  $\approx 0$  implica una cuenta altamente institucional o unilateral.

El análisis de las 20 cuentas (Tabla 3) revela tres grupos claramente diferenciados:

- a) *Estilo participativo y horizontal*. Medios como *Radio Lora München* y *Radio Helsinki* destacan por tener un índice de reciprocidad superior a 1, es decir, siguen a más cuentas de las que los siguen. Este comportamiento sugiere una estrategia basada en la interacción, el reconocimiento mutuo y una lógica más comunitaria o activista, coherente con los principios del Fediverso.
- b) *Moderadamente abiertos*. Otros medios, como *FSK, Radio Dreyeckland* o *radio FM4*, mantienen un equilibrio relativo entre seguidos y seguidores. Aunque no llegan a los niveles de reciprocidad de los medios comunitarios más activos, muestran al menos una voluntad de diálogo e integración con otras cuentas.
- c) *Presencia unidireccional o institucionalizada*. En el extremo opuesto, cuentas como *tagesschau*, *ZDF*, *BBC Radio 5 Live*, *BBC Connected Studio* o *Das Wissen* registran índices de reciprocidad extremadamente bajos, en algunos casos inferiores al 0,01. Este patrón es indicativo de estrategias de «megáfono institucional», donde Mastodon se utiliza como canal de emisión masiva sin establecer vínculos de seguimiento mutuo con la comunidad de usuarios.

Tabla 3: Índice de reciprocidad.

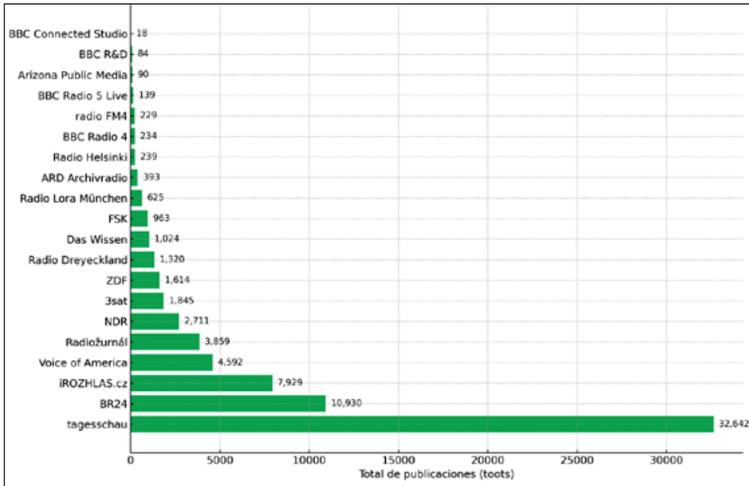
| Medio                | Índice de Reciprocidad |
|----------------------|------------------------|
| Radio Lora München   | 2,81                   |
| Radio Helsinki       | 1,22                   |
| Radio Dreyeckland    | 0,19                   |
| FSK                  | 0,20                   |
| radio FM4            | 0,04                   |
| 3sat                 | 0,006                  |
| Radiožurnál          | 0,077                  |
| iROZHLAS.cz          | 0,010                  |
| Voice of America     | 0,0018                 |
| BR24                 | 0,0060                 |
| ZDF                  | 0,00056                |
| NDR                  | 0,00050                |
| ARD Archivradio      | 0,0046                 |
| BBC Radio 4          | 0,00036                |
| BBC R&D              | 0,00022                |
| Arizona Public Media | 0,0077                 |
| BBC Radio 5 Live     | 0,00024                |
| BBC Connected Studio | 0,00042                |
| Das Wissen           | 0,00013                |
| tagesschau           | 0,00006                |

### 3.2. Volumen acumulado de publicaciones

El volumen total de *toots* acumulados por cada cuenta ofrece una visión general sobre el grado de uso sostenido de Mastodon a lo largo del tiempo. Este dato permite distinguir entre estrategias de presencia meramente simbólica y aquellas que implican una actividad continua y robusta.

Se observan grandes diferencias entre las cuentas analizadas (Figura 3). Algunas, como *tagesschau*, *BR24* o *iROZHLAS.cz*, superan los varios miles de publicaciones, reflejando una estrategia intensiva. En cambio, otras, como *BBC Connected*

Figura 3. Toots totales publicados por cada cuenta.



*Studio*, *Arizona Public Media* o *BBC R&D*, presentan cifras mucho más modestas, lo que se puede asociar a estrategias experimentales, de bajo perfil o discontinuas.

### 3.3. Frecuencia de publicación

En cuanto a la frecuencia de publicación, varía enormemente entre las cuentas (Figura 4).

*Tagesschau*, *BR24* e *iROZHLAS.cz* destacan con los niveles más altos de actividad diaria (más de 9 *toots*/día, con *tagesschau* superando los 45). Un segundo grupo activo incluye a *Voice of America*, *Radiožurnál*, *NDR* y *Das Wissen*, todos con entre 2 y 6 *toots* diarios. En el extremo opuesto, cuentas como *BBC Connected Studio*, *Arizona Public Media*, *BBC R&D* y *BBC Radio 5 Live* muestran una actividad muy baja (menos de 0.25 *toots*/día) (véase la figura 5).

Figura 4. Agrupación por nivel de actividad.

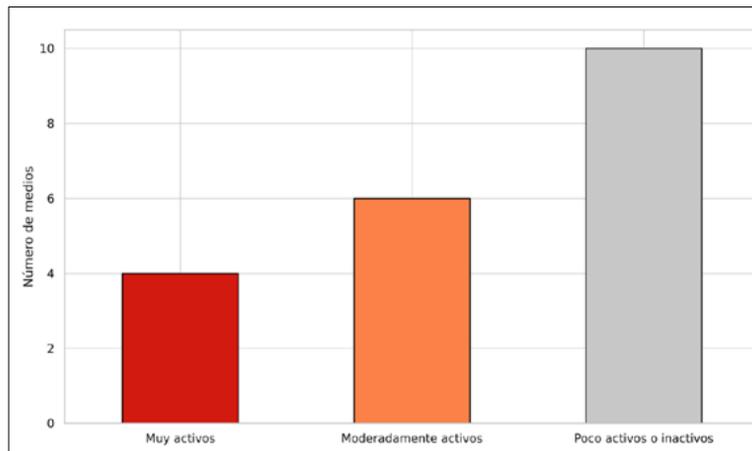
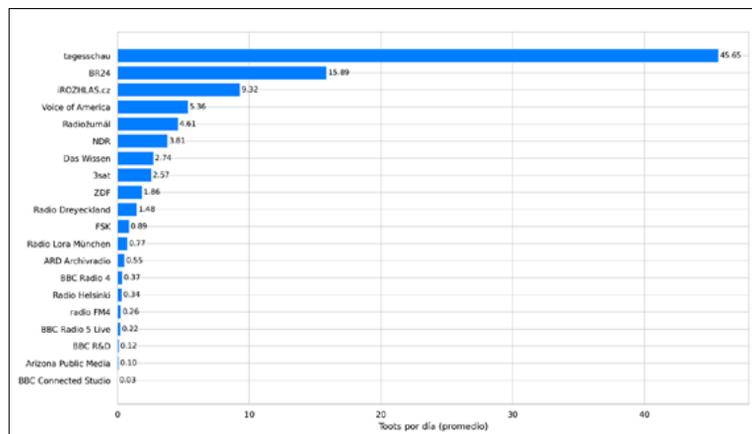


Figura 5: Actividad diaria promedio (toots por día) de las 20 cuentas analizadas.



### 3.4. Cronología de incorporación a Mastodon

El momento de incorporación de los medios a Mastodon ofrece una perspectiva sobre los procesos de adopción. Por otro lado, el análisis de la fecha de última publicación permite detectar cuentas que, si bien en algún momento fueron activas, actualmente están inactivas o abandonadas.

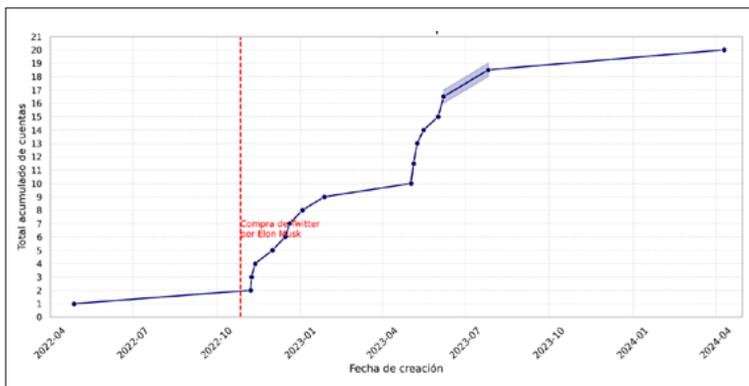
La mayoría de las cuentas se abrieron entre noviembre de 2022 y mayo de 2023, en plena conmoción por la adquisición de Twitter por parte de Elon Musk (Tabla 4). Solo un medio (FSK) estaba presente antes de este hito, lo que sugiere que el movimiento hacia Mastodon tiene una relación directa con la crisis de gobernanza de plataformas centralizadas y, particularmente, con el conocido como «efecto Musk» (Quian *et al.*, 2025).

Tabla 4. Fechas claves.

| Medio                | Fecha de creación | Última publicación |
|----------------------|-------------------|--------------------|
| tagesschau           | 05/05/2023        | 19/04/2025         |
| ZDF                  | 01/12/2022        | 19/04/2025         |
| BBC R&D              | 07/06/2023        | 04/04/2025         |
| NDR                  | 09/05/2023        | 19/04/2025         |
| 3sat                 | 02/05/2023        | 19/04/2025         |
| BBC Radio 4          | 26/07/2023        | 02/12/2024         |
| BBC Radio 5 Live     | 26/07/2023        | 14/01/2025         |
| Das Wissen           | 10/04/2024        | 19/04/2025         |
| Voice of America     | 15/12/2022        | 14/03/2025         |
| BBC Connected Studio | 07/06/2023        | 16/02/2024         |
| BR24                 | 01/06/2023        | 19/04/2025         |
| Radio Dreyeckland    | 12/11/2022        | 19/04/2025         |
| ARD Archivrado       | 05/05/2023        | 18/04/2025         |
| radio FM4            | 07/11/2022        | 11/05/2024         |
| iROZHLAS.cz          | 20/12/2022        | 17/04/2025         |
| FSK                  | 27/04/2022        | 14/04/2025         |
| Radio Lora München   | 27/01/2023        | 14/04/2025         |

|                      |            |            |
|----------------------|------------|------------|
| Arizona Public Media | 08/11/2022 | 06/01/2025 |
| Radio Helsinki       | 16/05/2023 | 17/03/2025 |
| Radiožurnál          | 03/01/2023 | 17/05/2024 |

Figura 6. Evolución de la apertura de cuentas de medios públicos en Mastodon.



El pico más significativo ocurre entre noviembre de 2022 y mayo de 2023, período de alta incertidumbre en Twitter (renombrada X) y crecimiento de Mastodon (Figura 6).

### 3.5. Inactividad reciente: un indicador de compromiso sostenido

El tiempo transcurrido desde la última actividad en Mastodon ofrece una métrica valiosa para evaluar el compromiso actual de los medios con esta red descentralizada. Esta variable permite observar de manera dinámica si la cuenta sigue operativa o ha caído en desuso.

Los datos (Figura 7) permiten hacer una clasificación en tres grandes grupos:

- a) *Medios plenamente activos (0-2 días de inactividad)*. Una cantidad significativa de las cuentas muestra signos de actividad reciente, con publicaciones dentro de los dos días previos a la fecha de análisis. Destacan grandes cuentas

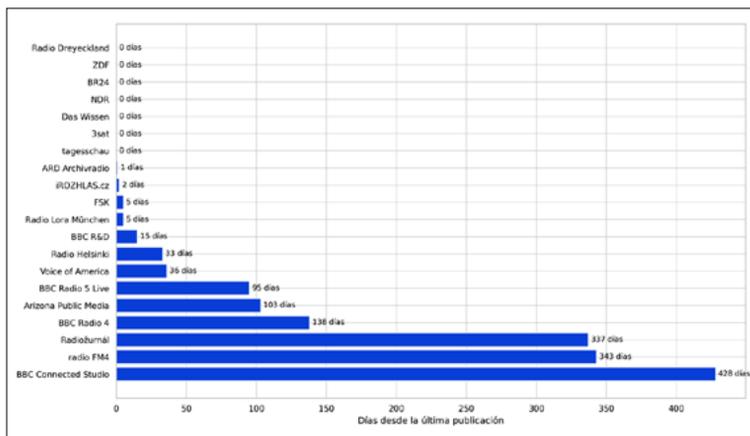
como *tagesschau*, *ZDF*, *NDR*, *3sat*, *Das Wissen*, *BR24*, *Radio Dreyeckland* o *iROZHLAS.cz*, con una gestión sostenida y probablemente profesionalizada de su presencia en Mastodon.

- b) *Medios con actividad reducida o pausas recientes*. Algunas cuentas presentan una brecha de actividad significativa, aunque no necesariamente indica abandono. *Voice of America* llevaba 36 días sin publicar, *Radio Helsinki*, 33 días y *Arizona Public Media* acumulaba 104 días de inactividad. Estas pausas podrían deberse a razones estacionales, a la reestructuración de estrategias o incluso a la falta de recursos dedicados. En el caso de *Voice of America* (VOA) su inactividad coincide con un contexto institucional complejo. En marzo de 2025, la Administración dirigida por el presidente de EEUU, Donald Trump, emprendió acciones para dismantelar VOA. Las medidas fueron consideradas arbitrarias por un juez federal, quien emitió una orden de restricción temporal para detenerlas. Además, seis periodistas presentaron demandas contra la Administración Trump y su asesora Kari Lake, alegando que estas acciones violaban la libertad de prensa y la independencia editorial de la emisora.
- c) *Medios potencialmente inactivos o abandonados*. Hay casos donde la inactividad es más prolongada y posiblemente definitiva. Por ejemplo, *radio FM4* no publicaba desde hacía más de once meses, *BBC Connected Studio* llevaba más de dos meses sin actividad y *BBC Radio 4* superaba los cuatro meses sin nuevas entradas. Estos casos podrían interpretarse como ejemplos de presencias efímeras y podrían reflejar estrategias de prueba y abandono, prioridad a otras redes, falta de equipo dedicado o discontinuidad.

### 3.6. Alojamiento técnico: instancias propias y externas

Una característica estructural clave en Mastodon es su arquitectura federada. Cada cuenta está asociada a una instancia, que puede ser gestionada directamente por el medio o perte-

Figura 7. Actividad/inactividad de las cuentas.



necer a una red externa. En este caso, 13 cuentas están alojadas en instancias propias de los medios que las gestionan —como `ard.social`, `zdf.social`, `social.bbc` o `rozhlas.cz`, lo cual evidencia el uso de servidores propios por parte de grandes medios públicos— y 7 utilizan instancias comunitarias o de terceros, como `mastodon.social`, `freiburg.social`, `muenchen.social` o `toot.community` (Tablas 5 y 6; Figura 8).

Tabla 5. Cuentas en instancias propias.

| Medio            | Instancia               | Descripción de la instancia                        |
|------------------|-------------------------|--|
| Das Wissen   SWR | <code>ard.social</code> | Instancia oficial del consorcio público alemán ARD |
| ARD Archivradio  | <code>ard.social</code> | Instancia oficial del consorcio público alemán ARD |
| BR24             | <code>ard.social</code> | Instancia oficial del consorcio público alemán ARD |
| tagesschau       | <code>ard.social</code> | Instancia oficial del consorcio público alemán ARD |
| NDR              | <code>ard.social</code> | Instancia oficial del consorcio público alemán ARD |
| ZDF              | <code>zdf.social</code> | Instancia oficial de la cadena pública alemana ZDF |
| 3sat             | <code>zdf.social</code> | Instancia oficial de ZDF                           |
| BBC Radio 4      | <code>social.bbc</code> | Instancia oficial de la BBC británica              |
| BBC Radio 5 Live | <code>social.bbc</code> | Instancia oficial de la BBC británica              |

| Medio                      | Instancia  | Descripción de la instancia                              |
|----------------------------|------------|--|
| BBC Research & Development | social.bbc | Instancia oficial de la BBC británica                    |
| BBC Connected Studio       | social.bbc | Instancia oficial de la BBC británica                    |
| iROZHLAS.cz                | rozhlas.cz | Instancia oficial de Český rozhlas (Radio pública checa) |
| Radiožurnál                | rozhlas.cz | Instancia oficial de Český rozhlas (Radio pública checa) |

Tabla 6. Cuentas en instancias de terceros.

| Medio                      | Instancia       | Descripción de la instancia                                    |
|----------------------------|-----------------|--|
| Voice of America           | mastodon.social | Instancia general de Mastodon, administrada por Mastodon gGmbH |
| Arizona Public Media       | mastodon.social | Instancia general de Mastodon, administrada por Mastodon gGmbH |
| Freies Sender Kombinat FSK | todon.eu        | Instancia federada sin ánimo de lucro con enfoque activista    |
| Radio Dreyeckland          | freiburg.social | Instancia comunitaria de Friburgo                              |
| Radio Lora München         | muenchen.social | Instancia comunitaria de Múnich con proyectos sociales         |
| Radio Helsinki             | graz.social     | Instancia gestionada por colectivos culturales y activistas    |
| radio FM4                  | toot.community  | Instancia abierta, popular entre periodistas independientes    |

### 3.7. Distribución geográfica e idiomática

Las cuentas analizadas se distribuyen principalmente en Europa Central y Occidental, con un predominio de Alemania (10 cuentas), seguida por Reino Unido (4), Estados Unidos (2), Austria (2) y Chequia (2). Esta distribución podría estar relacionada con el peso histórico de los sistemas públicos de radiodifusión en estos países.

En cuanto al idioma, el alemán predomina, con fuerte presencia también del inglés y, en menor medida, del checo (Figura 9).

Figura 8. Distribución por instancias.

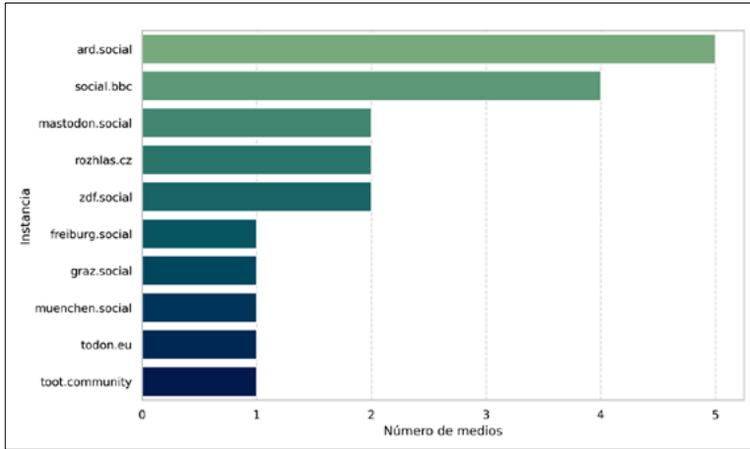
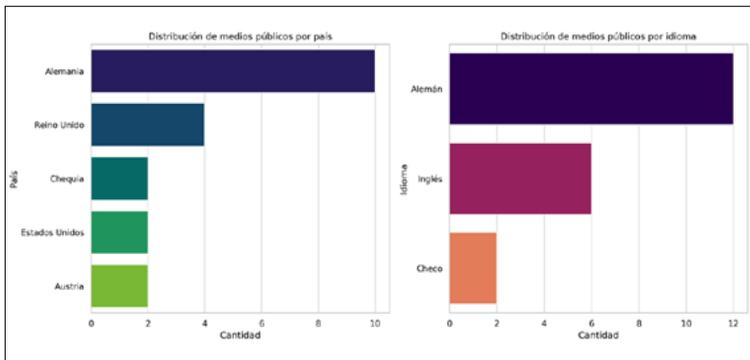


Figura 9. Países e idiomas más representados.



#### 4. Consideraciones finales, estrategias y recomendaciones para medios públicos en Mastodon

La presencia de medios públicos en Mastodon no responde a una estrategia homogénea, sino a múltiples aproximaciones. Para algunos, Mastodon representa una vía de innovación controlada; para otros, un entorno afín a su lógica comunitaria.

En general, se observan dos patrones principales:

1. Institucional: medios con presencia en instancias propias, publicaciones unidireccionales, bajo índice de reciprocidad, gran volumen de seguidores. Ejemplos: *ZDF, BBC R&D, Tagesschau*.
2. Comunitario o federativo: medios en instancias abiertas de terceros, con relaciones horizontales y más reciprocidad. Ejemplos: *Radio Helsinki, FSK, Radio Lora München*.

Ambas estrategias conviven en Mastodon, reflejando no solo el tamaño del medio, sino también su cultura digital, valores editoriales y disposición a experimentar.

Aunque algunas cuentas han quedado inactivas, otras han conseguido articular una presencia sólida, constante y adaptada a las lógicas del Fediverso. Este proceso revela tanto las oportunidades como los desafíos de una comunicación pública descentralizada en el contexto digital contemporáneo.

Para navegar por los retos y capitalizar las oportunidades que ofrece Mastodon, los medios públicos pueden considerar las siguientes estrategias y recomendaciones:

- *Realizar una evaluación exhaustiva antes de la entrada:* Antes de establecer una presencia en Mastodon, los medios públicos deben realizar una evaluación detallada de sus objetivos, recursos disponibles y la audiencia a la que desean llegar. Esto incluye investigar las diferentes instancias existentes y determinar si alguna se alinea con sus intereses y valores, o si la creación de una instancia propia es la opción más adecuada, sobre todo, si se apuesta por la soberanía digital, es decir, soberanía tecnológica, de datos y algorítmica, y si se quiere un mayor control sobre la marca, la presentación de sus contenidos y las políticas de moderación de la comunidad que se forme en torno a ellos; esto permite alinear de manera más precisa su presencia en línea con sus valores y su misión de servicio público.
- *Desarrollar una estrategia de contenido específica para Mastodon:* No se debe replicar el contenido de otras platafor-

mas. Los medios públicos deben desarrollar una estrategia de contenido adaptada a las dinámicas y expectativas de los usuarios de Mastodon, fomentando la interacción, la participación y el diálogo. Esto podría incluir la creación de hilos informativos más extensos, la realización de encuestas y sondeos, o la organización de sesiones de preguntas y respuestas en tiempo real.

- *Establecer políticas de moderación claras y transparentes:* Los medios públicos deben establecer políticas de moderación claras y transparentes en Mastodon que garanticen un entorno respetuoso y seguro para sus seguidores. Estas políticas deben ser comunicadas de manera efectiva a la comunidad y aplicadas de forma consistente.
- *Fomentar la participación de la audiencia:* Mastodon ofrece un espacio propicio para la interacción directa con la audiencia. Los medios públicos deben aprovechar esta oportunidad para escuchar a sus seguidores, responder a sus preguntas y comentarios, y fomentar la participación en la creación de contenido o en debates sobre temas relevantes. Esto puede ayudar a construir una comunidad leal y comprometida.
- *Colaborar con otras instancias y usuarios del Fediverso:* Establecer relaciones con otras organizaciones de medios públicos, instituciones académicas, organizaciones de la sociedad civil y usuarios influyentes dentro del Fediverso puede ayudar a ampliar el alcance de los contenidos y a construir una red de apoyo mutuo. La colaboración también puede ser clave para desafíos como la verificación de información y la lucha contra la desinformación.

## 5. Referencias bibliográficas

- Allen, D.; Lim, W.; Frankel, E.; Simons, J.; Siddarth, D.; Weyl, G. (2023). *Ethics of Decentralized Social Technologies: Lessons from Web3, the Fediverse, and Beyond*. Edmond and Lily Safra Center for Ethics, Harvard University
- Anaobi, I.; Raman, A.; Castro, I.; Zia, H.; Ibojiola, D.; Tyson, G. (2023). Will Admins Cope? Decentralized Moderation in the Fediverse. *Proceedings of the ACM Web Conference 2023* (3109-3120). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3543507.3583487>
- Braun, J. (2023): Journalism, Media Research, and Mastodon: Notes on the Future. *Digital Journalism*, 12(4), 557-564. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2208619>
- Caelin, D. (2022). Decentralized Networks vs The Trolls. En Mahmoudi, H.; Allen, M.H.; Seaman, K. (eds.), *Fundamental Challenges to Global Peace and Security* (143-168). Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-79072-1\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-79072-1_8)
- Claesson, A. (2023). Twitter: A necessary evil? Journalistic responses to Elon Musk and the denormalization of social media. *Journalism*, 25(12), 2604-2621. <https://doi.org/10.1177/14648849231221616>
- Cole, M.; Gary, K.; Meier, M.; Gonzales, N.; Pina, A.; Stoll, R. (2024). Utilizing the Fediverse and AI-bots for Youth Engagement During COVID-19 in a Hybrid Preventative Intervention. *Proceedings of the 57th Hawaii International Conference on System Sciences* (3857-3866). <https://hdl.handle.net/10125/106848>
- Gehl, R.W. (2022). *Citizens' social media, like Mastodon, can provide an antidote to propaganda and disinformation*, The Conversation. <https://theconversation.com/citizens-social-media-like-mastodon-can-provide-an-antidote-to-propaganda-and-disinformation-192491>
- He, J.; Zia, H.B.; Castro, I.; Raman, A.; Sastry, N.; Tyson, G. (2023). Flocking to Mastodon: Tracking the Great Twitter Migration. *Proceedings of the 2023 ACM on Internet Measurement Conference* (111-123). <https://doi.org/10.1145/3618257.3624819>
- Huang, T. (2024). Decentralized social networks and the future of free speech online. *Computer Law & Security Review*, 55, 106059. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.106059>
- La-Cava, L.; Greco, S.; Tagarelli, A. (2022a). Information consumption and boundary spanning in Decentralized Online Social Networks: The case of Mastodon users. *Online Social Networks and Media*, 30, 100220. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2022.100220>
- La-Cava, L.; Greco, S. ; Tagarelli, A. (2022b). Network Analysis of the Information Consumption-Production Dichotomy in Mastodon User Behaviors. *Proceedings of the International AAI Conference on Web and Social Media*, 16(1), 1378-1382. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19391>
- Lázaro-Rodríguez, P. (2024). Análisis de la investigación sobre el Fediverso: Mastodon, Lemmy, Pleroma y otras de sus plataformas. *Infonomía*, 2(2), e24017. <https://doi.org/10.3145/infonomía.24.017>
- Lázaro-Rodríguez, P. (2025). *Analysis of the research about the Fediverse: Mastodon, Lemmy, Pleroma and other fediverse platforms*. <https://www.>

- pedrol.es/research/infonomy2024/fediverseresearch.html
- Lemmer-Webber, C.; Tallon, J.; Shepherd, E.; Guy, A.; Prodromou, E. (2018), *Activitypub (W3C Recommendation)*, World Wide Web Consortium. <https://www.w3.org/TR/activitypub/>.
- Livitckaia, K.; Papoutsoglou, I.; Votis, K.; Revolidis, I.; Ellul, J.; Ferreira da Silva, C.; Szegö, D.; Joshi, A. (2023). Decentralised Social Media. *SSRN*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4636894>
- McKelvey, F.; Gehl, R.W. (2022). *Canada's public broadcaster should use Mastodon to provide a social media service*, The Conversation. <https://theconversation.com/canadas-public-broadcaster-should-use-mastodon-to-provide-a-social-media-service-194116>
- Ng, Y.M.M.; Ray, R. (2025). The journalists' exodus: Navigating the transition from Twitter to Mastodon and other alternative platforms. *New Media & Society*, 1-21. <https://doi.org/10.1177/14614448251321165>
- Nicholson, M.N.; Keegan, B.C.; Fiesler, C. (2023). Mastodon Rules: Characterizing Formal Rules on Popular Mastodon Instances. *Companion Publication of the 2023 Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing* (86-90). <https://doi.org/10.1145/3584931.3606970>
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing Group.
- Quian, A. (2022). *Civilización hacker*. Anaya Multimedia.
- Quian, A. (2023a). (Des)infodemia: lecciones de la crisis de la COVID-19. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 1-23. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e274>
- Quian, A. (2023b). ¿Eres alternativo? Pues explora la Internet independiente. En Rúas-Araújo, J.; Fontenla-Pedreira, J. (eds.), *Contra la desinformación: Manual de herramientas y recursos didácticos para el aula* (181-209). Editorial Fragua.
- Quian, A. (2024). Fediverse: decentralised and interoperable networks in times of disinformation. En Gelado Marcos, R.; Sixto-García, J.; González Vallés, J.E. (coord.), *Disinformation and Risk Society. What's at Stake with the Proliferation of Information Disorders* (253-289). Editorial Fragua.
- Quian, A.; López-García, X.; Soengas-Pérez, X. (2025). Periódicos y redes sociales alternativas del Fediverso: estudio de la presencia de medios nativos digitales y matriciales en Mastodon. *Revista Latina de Comunicación Social*, 83, 01-40. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2025-2338>
- Radivojevic, K.; McAleer, C.; Conley, C.; Kennedy, C.; Brenner, P. (2024). *Social Media Bot Policies: Evaluating Passive and Active Enforcement*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2409.18931>
- Raman, A.; Joglekar, S.; De Cristofaro, E.; Sastry, N.; Tyson, G. (2019). Challenges in the decentralised web: The mastodon case. *Proceedings of the Internet Measurement Conference* (217-229). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3355369.3355572>
- Rozenshtein, A.Z. (2022). Moderating the Fediverse: Content Moderation on Distributed Social Media. *3 Journal of Free Speech Law 217 (2023), Minnesota Legal Studies Research Paper, SSRN*, 23-19. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4213674>
- Salaverria, R.; Martínez-Costa, M.P.; González Tosat, C. (2024). De-

- centralised Networks as a Tool for Fighting Disinformation and Censorship: The Fediverse and Free, Collaborative and Open Networks. En J. Sixto-García; A. Quian; A.-I. Rodríguez-Vázquez; A. Silva-Rodríguez; X. Soengas-Pérez (Eds.), *Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution* (15-25). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-63153-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-031-63153-5_2)
- Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Zignani, M.; Gaito, S.; Rossi, G.P. (2018). Follow the «Mastodon»: Structure and Evolution of a Decentralized Online Social Network. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), 541-550. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.14988>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.
- Zulli, D.; Liu, M.; Gehl, R. (2020). Rethinking the «social» in «social media»: Insights into topology, abstraction, and scale on the Mastodon social network. *New Media & Society*, 22(7), 1188-1205. <https://doi.org/10.1177/1461444820912533>