César Fieiras Ceide
José Miguel Túñez López
Marta Rodríguez Castro
(Editores)

Innovar en innovación televisiva

Análisis de casos de éxito en los medios públicos europeos

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2023

1ª edición: Salamanca (España), 2023.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2023.
Del Prólogo: © *by* Urbano García Alonso, 2023.

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor y Pepa Peláez, Editora (2023).

Contacto

Gestión:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.
Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es
https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-17600-96-9
Depósito Legal: DL S 422-2023
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Prólogo. Inno¿vamos?: Tareas pendientes en la innovación existencial de los medios
por Urbano García Alonso **11**

Bloque I
La innovación en los medios de servicio público europeos

Introducción. Creatividad y experimentación como aceleradores del cambio
por César Fieiras Ceide; José Miguel Túñez López; Marta Rodríguez Castro **17**

1. Innovación tecnológica y metamorfosis del *newsmaking*
por José Miguel Túñez-López; Karina Valarezo González **21**
Introducción *21*
La IA en la producción de noticias: amplificación de la cobertura periodística y especialización de las informaciones *26*
Distribución automatizada, recomendación y personalización de contenidos *29*
Verificación automatizada de contenidos para contrarrestar las fake news *31*
Referencias bibliográficas *33*

2. Verificar para poder innovar: estudios de casos desde la hibridación y la transversalidad entre medios
por Santiago Tejedor; Laura Cervi; Belén Sancho **35**
Introducción *35*
Metodología de trabajo *37*
Resultados *39*
Los medios de comunicación: poniendo en valor la figura del periodista *39*

La información como servicio público: las agencias de noticias 42
Los fact-checkers y su modelo de negocio contra la desinformación 45
Conclusiones 49
Referencias bibliográficas 50

3. Tendencias de innovación en la producción de contenidos: los medios de comunicación públicos ante los desafíos de la cultura audiovisual hegemónica
por María Soler Campillo; Javier Marzal-Felici **53**
Introducción: la innovación, una forma de gestión esencial para los medios de comunicación públicos 53
Una aproximación al consumo de entretenimiento en España y en Europa 54
Una caracterización de la cultura audiovisual mainstream o hegemónica 58
Retos para la producción de contenidos de servicio público: el mandato de la diversidad audiovisual 60
Referencias bibliográficas 64

4. Innovación en contenidos y relación con las audiencias jóvenes
por Félix Ortega-Mohedano; María Marcos Ramos **67**
Introducción a la innovación en el audiovisual 67
Innovando en el contenido audiovisual 69
Las mil y una pantallas 73
La economía de la atención 75
La opinión de las audiencias jóvenes 77
Referencias bibliográficas 79

Bloque II
Análisis de caso. Innovación en los informativos de los Medios de Servicio Público europeos

5. Cómo acelerar un periodismo de vanguardia: laboratorios de innovación en las noticias de BBC y VRT
por César Fieiras Ceide; Yolanda Martínez Solana. **87**
VRT NWSlab: Laboratorio interno de innovación para las noticias de la radiotelevisión pública flamenca belga 90

BBC News Lab: innovación compartida desde la British Broadcasting Corporation 93
Ideas fundamentales 98
Referencias bibliográficas 100

6. La innovación infinita. Nuevos retos y dualidades en los Medios públicos europeos
por Juan Carlos Miguel de Bustos; Jessica Izquierdo Castillo Miguel Ángel Casado **101**
Introducción 101
Innovación en los medios públicos 102
Dilemas y dualidades 105
Innovación transparente-Innovación oscura 105
Innovación con valores-sin valores. Y la necesidad de regulación 107
Algoritmos sí-algoritmos no 108
Forma de organización. Jerárquica vs virtual 109
Conclusión 110
Referencias bibliográficas 111

7. Medios Basados en Objetos: ¿La personalización definitiva? Un análisis de las posibilidades y usos de esta herramienta para la ip-difusión contemporánea
por Martín Vaz Álvarez; Marius Dragomir **115**
Introducción 115
Entendiendo los Medios Basados en Objetos (OBM) 118
La tecnología detrás de los Medios Basados en Objetos 120
Ventajas clave de los OBM 121
Uso de Medios Basados en Objetos en la BBC 124
BBC Click 1000: el primer programa personalizado a través de medios basados en objetos 124
Proyecto Casualty Accessible and Enhanced (A&E) Audio 126
Las experiencias MotoGP at Home, Football at Home y Football Fanzone 128
BBC StoryKit y Cook-Along Kitchen Experience (CAKE) 129
Retos y consideraciones en su implantación 131
Conclusiones 132
Referencias bibliográficas 134

8. Innovaciones en periodismo móvil y nuevos códigos informativos
por Carmen Costa-Sánchez; María José Ufarte Ruiz **137**
El MoJo que lo cambiará todo *137*
Medios públicos e innovación móvil *139*
Casos de estudio *141*
Conclusiones *146*
Referencias bibliográficas *148*

9. La innovación al servicio de las noticias en la RTS suiza. El caso de los formatos informativos *Le Shorts*, *Le Rencard* y *Suisse Good*
por Mónica López-Golán; Olga Blasco-Blasco **151**
Introducción *151*
El caso de la RTS. La innovación al servicio de las noticias *154*
Le Short, un formato para móvil *156*
Le Rencard, la información en un feed de Instagram *158*
Suisse Good, periodismo constructivo *160*
Ideas fundamentales *161*
Referencias bibliográficas *163*

10. La automatización para acercarse a las audiencias. ARD *Tagesschau*, *Keys* de RTBF, *Voitto* de Yle y la SR de Suecia como casos de éxito
por Isaac Maroto González; Juan Manuel Prieto Arosa **165**
La automatización en los medios de comunicación *165*
Keys RTBF: el bot conversacional para la Generación Z *167*
ARD Tagesschau y su sistema de recomendación algorítmica *170*
Yle y su robot para comunicar *172*
SR y la automatización con control editorial *174*
La automatización como herramienta para acercarse al usuario *176*
Referencias bibliográficas *177*

11. Proyecto de personalización de noticias a partir de la neurocomunicación. ARD-BR *Data Driven Publishing*
por Almudena Barrientos-Báez; David Caldevilla-Domínguez Marc Pallarés **179**
Periodismo público para hoy *181*
La muerte de la objetividad *182*

El buen uso de la comunicación emocional *183*
Bayerischer Rundfunk y su experimentación con el Data Driven Publishing *185*
Referencias bibliográficas *192*

12. NOS.nl: Innovación y accesibilidad para definir el periodismo y la alfabetización
por Ana Gabriela Frazão-Nogueira; Patrícia Weber **193**
Alfabetización a través de la accesibilidad tecnológica *193*
Innovación, competencias y diferenciación *194*
El Nieuws van de Week y el Jeugdjournaal *195*
NOS Stories *196*
NOS-vídeos verticales en la app *197*
Conclusión *198*
Referencias bibliográficas *200*

13. Innovación y *fact-checking* en la lucha contra la desinformación en la red CIRCOM: el caso de la RTBF belga y el proyecto Faky
por José Rúas Araújo; Talía Rodríguez Martelo **205**
Introducción: la lucha contra la desinformación en la agenda de las televisiones regionales europeas *205*
Estudio de caso: Faky *209*
Conclusiones *214*
Referencias bibliográficas *216*

14. La construcción de una esfera pública europea a través de la colaboración y la innovación: *A European Perspective*, la redacción más grande de Europa
por Marta Rodríguez-Castro; Karen Arriaza-Ibarra **219**
Introducción *219*
Una mirada europea: la redacción más grande de Europa *222*
Innovación al servicio del interés público *225*
Una perspectiva compartida para atajar desafíos comunes *226*
Conclusión *229*
Referencias bibliográficas *230*

Conclusión. Innovar en innovación
por César Fieiras Ceide; José Miguel Túñez López; Marta Rodríguez Castro **233**