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

Bots, trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Salamanca, 2025

1ª edición: Salamanca (España), 2025.

Este proyecto se enmarca en las actividades de investigación del 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; y del 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.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2025.
Este libro ha sido publicado bajo Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor y Pepa Peláez, Editora (2025).

Contacto:
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: 978-84-10176-14-0
Depósito Legal: DL S 287-2025
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Prólogo. Comunicación e innovación transfronteriza sobre PSM **11**
por Francisco Campos-Freire

Introducción. Bots, inteligencia artificial y medios públicos: una transformación en marcha **15**
por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López; Isaac Maroto-González

1. Experiencia de usuario e inteligencia artificial en medios públicos y privados: claves para la redefinición del ecosistema televisivo **19**
por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López

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**
por Isaac Maroto-González; Talía Rodríguez Martelo

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
por Esteban Mayoral Campos; Pere Vila Fumàs

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
por Tania Fernández Lombao; Mónica López Golán; Victoria Moreno Gil

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

5. Impacto de los bots en el discurso de los medios públicos 91
por Martín Vaz-Álvarez; Sara Pérez-Seijo

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**
por Alberto Quian; Pedro Lázaro-Rodríguez

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**
por Fernando Sánchez Pita; Rafa Ramiro; Belén Puebla Martínez

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
por Ana Gabriela Frazão-Nogueira; Ricardo Jorge Pinto

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 *newsmaking* informativo 171
por Juan Manuel Prieto-Arosa; Carlos García-Verdugo-Peralta; Olga Blasco-Blasco

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
por Patrícia Weber; Tadiane Regina Popp; Ana Santos

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
por Renato Essenfelder; João Carvalho
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
por César Fieiras-Ceide; Miguel Túñez-López; Isaac Maroto-González