

La evolución de la cobertura informativa sobre la inteligencia artificial en los Telediarios de TVE (2013-2024)

Francisco-Marcos Martín-Martín
 Universidad de Málaga

Sonia Blanco
 Universidad de Málaga

Jon Sedano
 Universidad Internacional de la Rioja

The Evolution of News Coverage on Artificial Intelligence in TVE's News Programmes (2014-2023)

RESUMEN ABSTRACT

Este estudio analiza la cobertura informativa sobre inteligencia artificial (IA) en los Telediarios de La 1 de TVE entre 2014 y 2023, mediante análisis de contenido de 426 piezas procedentes de Verba Volant. Los resultados confirman un crecimiento sostenido y un pico en 2023, junto con mayor duración de las piezas, diversificación de géneros (especialmente reportajes y crónicas) y ampliación temática (tecnología, economía, salud y legislación). Se incrementa el peso de las fuentes expertas y profesionales, con predominio del enfoque ciudadano y una geografía centrada en España y Europa. El trabajo aporta una panorámica longitudinal inédita en la TV pública española y sienta bases para investigaciones comparadas futuras.

This study analyzes news coverage on artificial intelligence (AI) in Telediarios on TVE's La 1 between 2014 and 2023, using content analysis of 426 pieces sourced from Verba Volant. The results confirm sustained growth and a peak in 2023, together with longer news items, diversification of genres (especially reports and features), and thematic expansion (technology, economy, health, and legislation). The weight of expert and professional sources increases, with a predominance of citizen-oriented framing and a geographical focus on Spain and Europe. The work provides an unprecedented longitudinal overview in Spanish public television and lays the foundation for future comparative research.

PALABRAS CLAVE

Innovación; Inteligencia artificial; Televisión; Informativos; TVE; Periodismo.

KEYWORDS

Innovation; Artificial intelligence; Television; News; TVE; Journalism.

L'evolució de la cobertura informativa sobre la intel·ligència artificial als Telenotícies de TVE (2013-2024)

RESUM

Aquest estudi analitza la cobertura informativa sobre intel·ligència artificial (IA) als Telenotícies de La 1 de TVE entre 2014 i 2023, mitjançant ànalisi de contingut de 426 peces procedents de Verba Volant. Els resultats confirmen un creixement sostingut i un punt àlgid el 2023, juntament amb una major durada de les peces, diversificació de gèneres (especialment reportatges i cròniques) i ampliació temàtica (tecnologia, economia, salut i legislació). S'incrementa el pes de les fonts expertes i professionals, amb predomini de l'enfocament ciutadà i un marc geogràfic centrat en Espanya i Europa. El treball aporta una panoràmica longitudinal inèdita de la televisió pública espanyola i estableix bases per a investigacions comparades futures.

PARAULES CLAU

Innovació; Intel·ligència artificial; Televisió; Informatius; TVE; Periodisme.

Citació:

Martín-Martín, F.M.; Blanco, S. y Sedano, J. (2025). La evolución de la cobertura informativa sobre la inteligencia artificial en los Telediarios de TVE (2013-2024). *Hipertext.net*, (31), 215-228. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2025.i31.16>

1. Introducción

1.1. La implementación de la inteligencia artificial en los medios de comunicación

La inteligencia artificial (IA) está transformando el campo del periodismo (Jones y Jones, 2019; Túñez-López, et al., 2021). En este proceso se observa el paso de un modelo artesanal de producción informativa a otro altamente digitalizado, en línea con las transformaciones que describen Túñez-López et al. (2021), Sánchez-García et al. (2023) y Porlezza (2024). Este tránsito no solo implica un cambio tecnológico, sino también una reconfiguración de rutinas profesionales y perfiles laborales, que introduce nuevas dinámicas en la producción informativa (Fieiras-Ceide et al., 2023). En este aspecto, los sistemas de producción artificial de noticias están resultando eficaces para liberar a los periodistas en la realización de tareas creativas y de verificación (Rojas-Torrijos, 2019). Por ejemplo, en el medio de comunicación público Radio Televisión Española (RTVE) se recurre a sistemas IA para tratar generar un gran volumen de información (Calvo-Rubio et al., 2024). La generación automática de contenidos y la verificación de datos libera a los profesionales para que se concentren en tareas más creativas y analíticas. No obstante, a pesar de que se han experimentado avances en la implementación de esta tecnología, los costos económicos y la dificultad para contratar expertos limitan la plena implementación de estas tecnologías (Fieiras-Ceide et al., 2022).

Asimismo, la IA en los medios de comunicación está creando nuevas categorías profesionales. Fieiras-Ceide et al. (2023) revelan que los profesionales más demandados incluyen ingenieros de datos, expertos en ciberseguridad, *big data* y gestión de la nube. En este contexto, Tejedor y Vila (2021) acuñan el término "exo periodismo", como una fusión de periodismo e IA, donde la tecnología actúa como un complemento que potencia las habilidades del periodista y mejora el producto informativo.

Lin y Lewis (2022), de otro lado, proponen el concepto de "periodismo artificial" para sugerir una reflexión sobre las prácticas mediáticas impulsadas por inteligencia artificial. Los autores argumentan que esta tecnología debe usarse para apoyar los objetivos democráticos del periodismo, proporcionando noticias precisas, accesibles, diversas, relevantes y oportunas. Este enfoque normativo busca garantizar que la IA no solo funcione técnicamente, sino que también mejore la calidad y el impacto del periodismo en la sociedad.

Al mismo tiempo, la integración de la inteligencia artificial también ha impulsado la innovación en el periodismo especializado. Pérez-Seijo (2021) describe cómo el uso del vídeo en 360° y la realidad virtual ha introducido nuevas narrativas, aunque su adopción ha sido limitada en volumen y tiempo.

Esto refleja la necesidad de nuevos conocimientos y habilidades técnicas entre los profesionales de los medios.

El periodismo de investigación también se ha beneficiado de la IA. Las técnicas de inteligencia artificial pueden apoyar las tareas de preparación de datos, sobre todo en la vinculación de datos entre diversas fuentes (Stray, 2019). Sin embargo, la precisión y la verificación manual siguen siendo esenciales para mantener la integridad periodística. Aunque la IA puede automatizar muchas tareas periodísticas, la intervención humana sigue siendo esencial para mantener la calidad y la integridad del periodismo. No obstante, como sugieren Zhang y Pérez-Tornero (2021) la profesión periodística requiere un marco para el "periodismo de IA", en el que se integre la automatización en los sistemas de noticias y la intervención de los periodistas humanos.

1.2. Dilemas éticos y legales

La irrupción de la inteligencia artificial en el periodismo plantea dilemas éticos y profesionales que han sido abordados desde perspectivas académicas y normativas. Entre las principales preocupaciones destacan la capacidad de los sistemas generativos para difundir desinformación (Saad y Carneiro-dos-Santos, 2023; García-Faroldi et al., 2025) y la necesidad de establecer códigos deontológicos que garanticen un uso responsable de la automatización en las redacciones (Sánchez-García et al., 2023). Estos debates se insertan en un contexto en el que los valores periodísticos deben integrarse en el diseño de tecnologías para mantener la integridad de los flujos de trabajo humano-máquina (Diakopoulos, 2019).

Asimismo, la cuestión regulatoria y los derechos de autor generan controversias crecientes. Estudios recientes han mostrado cómo ciertos marcos legales favorecen a las grandes corporaciones tecnológicas en detrimento de la autonomía periodística (Kuai et al., 2022), mientras que en Europa la regulación avanza de forma desigual y con limitaciones (European Commission, 2021; Porlezza, 2024). En este campo emergen contribuciones como las de De Lima-Santos et al. (2025), que examinan la tensión entre regulación y prácticas profesionales; Cools y Diakopoulos (2023), que analizan los criterios de transparencia y rendición de cuentas en la automatización informativa; y Gutiérrez-Caneda et al. (2024), que estudian la relación entre guías de uso, ética aplicada y confianza ciudadana.

Estos debates éticos y regulatorios condicionan el enfoque informativo y la selección de fuentes en los noticiarios: cuando la IA se aborda como un asunto de gobernanza, tiende a aumentar la presencia institucional y las referencias normativas; mientras que, cuando se enfatiza su utilidad social, se privilegian voces expertas y profesionales. Este doble patrón conecta directamente con los objetivos de la presente inves-

tigación, que busca caracterizar tanto el tipo de fuentes como el enfoque predominante en la cobertura informativa de TVE.

1.3. La inteligencia artificial en los estudios de periodismo

La inteligencia artificial se perfila como una de las tecnologías con mayor impacto en la formación de futuros periodistas (Hossain y Wenger, 2024). Sin embargo, su integración en los planes de estudio todavía es desigual. Diversos autores subrayan la necesidad de adaptar los programas de grado para incluir formación en automatización de contenidos y competencias digitales avanzadas (Ufarte-Ruiz et al., 2020; Lopezosa et al., 2023).

En el caso español, existen experiencias pioneras como la asignatura *Artificial Intelligence in Journalism*, impartida en la Universidad de Navarra, y la oferta de posgrado desarrollada por el Instituto RTVE, la Universidad de Santiago de Compostela y la Fundació Universitat Politècnica de Catalunya en el marco del *Máster en Periodismo e Inteligencia Artificial*. Destaca además el último plan de estudios de la Universidad de Santiago de Compostela (2021), que incluyó en el Grado en Periodismo la materia "Periodismo automatizado", convirtiéndose en una de las primeras universidades públicas españolas en reconocer institucionalmente la necesidad de formar a los estudiantes en este ámbito emergente.

Esta incorporación académica responde a la creciente demanda de competencias vinculadas con el uso de sistemas generativos, la verificación automatizada y la producción de contenidos con herramientas de IA, lo que alinea la docencia universitaria con los cambios detectados en el ecosistema mediático.

1.4. La relevancia de la cobertura mediática sobre inteligencia artificial

El análisis de la cobertura mediática de la inteligencia artificial en diversos contextos geográficos y mediáticos revela tendencias y brechas significativas que deben ser abordadas. Vergeer (2020) examina cómo los periódicos holandeses han cubierto la IA mostrando un aumento en la cobertura a partir de 2014, año en el que las informaciones sobre el uso de sistemas robóticos en el sector de la salud y el farmacéutico se imponen.

En España, González-Arias y López-García (2023) investigan sobre la reacción de la prensa española al lanzamiento de ChatGPT. Este estudio revela una percepción mixta sobre la tecnología, destacando tanto sus capacidades innovadoras como sus limitaciones y riesgos. De otro lado, Gómez-Calderón y Ceballos (2024), que analizan cómo la prensa española ha tratado el tema de los chatbots tras el lanzamiento de

ChatGPT, concluyen que la cobertura es predominantemente informativa y rara vez interpretativa.

Pese al creciente número de investigaciones sobre el tratamiento de la IA en los medios escritos, sigue siendo escasa la literatura centrada en los informativos televisivos, especialmente los de titularidad pública, a pesar de su función como referentes de pluralismo e interés general. Esta laguna resulta aún más relevante si se compara con otras tecnologías que también modificaron el ecosistema mediático, como Internet o las redes sociales.

Diversos estudios han abordado la cobertura mediática de estos fenómenos desde perspectivas centradas en el discurso, el encuadre o la percepción social. Por ejemplo, Boczkowski y Mitchelstein (2013) analizaron cómo los medios tradicionales informaron sobre el impacto de Internet y las redes sociales en los hábitos de consumo informativo, revelando la tensión entre innovación y preservación del *status quo* informativo. Asimismo, la investigación de Shangyuan Wu (2022) destaca que el periodismo de datos tiende a ser más explicativo que investigativo, con un enfoque cauteloso de temas políticamente delicados, lo que debilita su función de vigilancia democrática.

La cobertura mediática de fenómenos tecnológicos como la inteligencia artificial comparte con estos casos anteriores una serie de retos: la dificultad de representar con precisión conceptos complejos, el predominio del enfoque institucional frente al ciudadano, y la escasez de voces críticas o interpretativas. En este sentido, Dandurand et al. (2023) aportan perspectivas de investigación sobre cómo se enmarcan las tecnologías de IA en los medios tradicionales. Los autores introducen el concepto *freezing out* para describir los procesos que tienen como objetivo enfriar los debates en la cobertura de la inteligencia artificial, ocultando los méritos de la tecnología.

La revisión de la literatura existente sobre la implementación de la inteligencia artificial en el periodismo destaca la importancia de abordar varios aspectos clave: la transformación de las prácticas periodísticas, los desafíos éticos y legales, la emergencia de nuevos perfiles profesionales y la integración de la inteligencia artificial en la educación periodística. Sin embargo, hay una clara necesidad de estudios más específicos y contextuales, como la cobertura mediática de la IA en los medios públicos.

Así, la televisión pública, por su rol normativo y pedagógico, constituye un espacio relevante para analizar cómo se construyen socialmente las narrativas sobre la IA. El análisis de la cobertura informativa del telediario de TVE sobre inteligencia artificial ofrece un conocimiento valioso de las prácticas informativas y las narrativas empleadas en un medio público de comunicación muy influyente. Además, esta investigación no solo contribuye a llenar un vacío en la literatura existente,

sino que también ofrece un análisis para mejorar la cobertura mediática de la IA en los informativos televisivos.

2. Objetivos de la investigación

El objetivo general de esta investigación es analizar el tratamiento informativo que sobre la inteligencia artificial realiza el Telediario de La 1 de TVE en 2014-2023. A partir de este objetivo central, se establecen los siguientes objetivos específicos:

- **OE1.** Examinar la frecuencia y evolución temporal de las noticias sobre IA.
- **OE2.** Analizar la duración de las piezas como indicador de la profundidad narrativa en el tratamiento informativo.
- **OE3.** Estudiar la evolución y el peso de los géneros periodísticos utilizados en las coberturas.
- **OE4.** Identificar la diversidad temática abordada en las informaciones.
- **OE5.** Caracterizar las fuentes empleadas, en términos de atribución y de tipología.
- **OE6.** Determinar el enfoque en las informaciones, con el fin de valorar la orientación del discurso mediático sobre IA.
- **OE7.** Analizar la geolocalización de las informaciones para identificar los patrones geográficos en la construcción mediática del fenómeno.

3. Metodología

En esta investigación se ha optado por una aproximación metodológica de carácter cuantitativo, articulada en torno al análisis de contenido. Esta elección metodológica permite una exploración sistemática del tratamiento informativo de la IA en los telediarios de TVE, sin que ello implique el desarrollo completo de un estudio de caso en sentido estricto, ya que no se emplean múltiples instrumentos ni técnicas cualitativas que caractericen este enfoque (Yin, 2009; Stake, 1995). El objetivo es ofrecer un análisis riguroso de un fenómeno poco estudiado: la presencia mediática de la IA en un informativo público de referencia.

Aunque se identifican elementos descriptivos en el análisis, se opta por mantener la cautela metodológica y no definir este trabajo como estudio descriptivo en sentido estricto. Como indican Hernández-Sampieri et al. (2014), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, pero tal definición excede el alcance de esta propuesta inicial.

Como método de recolección de datos se recurre a la técnica del análisis de contenido cuantitativo (Bardin, 1996; Andréu-

Abela, 2002), método que examina el fondo de cualquier tipo de mensaje de una forma precisa (Ruiz-Bueno, 2021). Siguiendo los postulados de Hernández-Sampieri et al. (2014), se ha utilizado este instrumento para garantizar la recogida de datos objetiva y sistemática y, para facilitar la cuantificación de los contenidos en categorías para someterlos al análisis estadístico.

Se analiza el caso del informativo de La 1 de TVE por estar adscrito a una cadena de titularidad estatal que, como servicio público, debe cumplir "fines sociales, educativos e integradores". Y, además, está destinado a "satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación", según queda recogido en la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Esta elección no es arbitraria: TVE constituye un actor central en el ecosistema mediático español, tanto por

su alcance nacional como por su función normativa y de referencia en la configuración de estándares informativos, sobre todo en el tratamiento de temas emergentes como la inteligencia artificial. Además, su titularidad y su continuidad en el tiempo permiten realizar un seguimiento longitudinal que difícilmente sería replicable en cadenas privadas, cuyos criterios editoriales pueden variar con mayor rapidez.

Para la localización y selección de la muestra se ha utilizado la base de datos de Verba Volant, un algoritmo desarrollado por la organización ciudadana Civio. Esta plataforma web de código abierto captura la transcripción completa de los programas informativos de Televisión Española en todas sus ediciones, desde 2014 hasta la actualidad. A través de esta herramienta se accede a las piezas informativas y, por otra parte, muestra la línea temporal de los vocablos, procedimiento que facilita el análisis longitudinal. No obstante, esta herramienta carece de un sistema de filtrado que evite la duplicación de resultados y se limita a los principales teledia-

Indicadores	Parámetros de estudio
Fecha	Indica el día, mes y año de emisión de la pieza informativa. Permite realizar un análisis temporal de la frecuencia de aparición de los términos del estudio.
Hora	Se registra la edición del Telediario (15 y 21 horas) donde se cita la terminología del análisis.
Principal/ Secundario	Se codifica como principal si la IA constituye el tema central del relato informativo, o secundario si se menciona de forma accesoria o complementaria.
Género	Clasifica el tipo de pieza informativa según su estructura y función: noticia, reportaje, crónica, entrevista u otros.
Temática	Se selecciona la categoría temática principal que enmarca la pieza (política, alfabetización mediática, ciencia-tecnología, economía, educación, seguridad, cultura, salud, violencia, medios, legislación, deportes, etc.). Si la pieza aborda más de una, se prioriza la temática con mayor peso discursivo.
Tratamiento informativo	Se codifica como positivo cuando el discurso enfatiza beneficios, avances o impactos favorables de la IA; negativo cuando resalta riesgos, consecuencias o amenazas; y neutro cuando el tratamiento es predominantemente descriptivo y sin valoración explícita.
Enfoque	Se clasifica según el agente protagonista del discurso: institucional (autoridades, organismos públicos), ciudadano (testimonios, casos personales) u otros (actores no institucionales ni ciudadanos). Se determina en función del sujeto que vertebral la narrativa de la pieza (Chaparro, et al., 2020).
Ubicación geográfica	Se codifica según la división geográfica propuesta por el Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE), a la que se ha incorporado, ex profeso, la categoría España y Global.
Fuente atribuida	Se codifica en función de cómo se cita la información: <ul style="list-style-type: none"> - Directa: mención explícita con nombre y cargo. - Reservada: identificación parcial ("fuentes del sector", "expertos consultados"). - Anónima: sin identificación alguna. - Sin atribución: no hay referencia a ninguna fuente. Se selecciona la categoría según la forma textual de atribución dentro de la pieza.
Fuente principal	Se determina atendiendo al peso discursivo (número de intervenciones, extensión de las declaraciones o centralidad en el relato). Las categorías son: <ul style="list-style-type: none"> - Experta: investigadores, científicos o académicos. - Profesional: representantes de empresas tecnológicas o desarrolladores. - Institucional: autoridades políticas o entidades públicas. - Testimonial: ciudadanos afectados o usuarios. - Mediática/Documental: informes, estudios o contenidos secundarios citados.
Observaciones	Se incluye información relevante no categorizada anteriormente, útiles para el análisis.

Tabla 1. Matriz para el análisis de las unidades informativas sobre inteligencia artificial. Fuente: elaboración propia.

rios (mediodía y noche, ediciones de mayor audiencia). Para subsanar esta limitación, se procedió a la eliminación manual de los registros duplicados mediante el uso del software Microsoft Excel.

El criterio de búsqueda de las unidades informativas en Verba Volant viene determinado por la siguiente ecuación booleana: `IA|OR|CHATGPT|OR|"INTELIGENCIA ARTIFICIAL"`. En la selección de palabras clave se incluyó el término ChatGPT, pese a que esta herramienta no estuvo presente durante la totalidad del periodo analizado (2013–2024). La decisión responde a su papel disruptivo en el ecosistema mediático y en el debate público sobre inteligencia artificial desde su lanzamiento en noviembre de 2022. Su incorporación permite observar cómo la irrupción de esta tecnología redefinió el tratamiento informativo y contribuyó al incremento súbito de la cobertura en los últimos años. Los resultados quedaron circunscritos al periodo que transcurre desde enero 2014 hasta diciembre de 2023. La muestra final arrojó 426 unidades informativas de análisis.

Para el análisis se diseñó una matriz de codificación en Microsoft Excel basada en instrumentos previamente validados (Blanco et al., 2023; Cea et al., 2023) (Tabla 1). El diseño incorpora variables alineadas con los objetivos de la investigación y facilita tanto el volcado de datos como su tabulación y análisis estadístico. Para asegurar la fiabilidad entre codificadores, dos investigadores realizaron el proceso de codificación de manera independiente tras un periodo de ajuste de criterios.

Se han cumplido los procedimientos de validación científica por etapas: diseño del borrador inicial; realización de un pretest de 45 piezas por personas expertas y posterior evaluación de las categorías de análisis para confeccionar el diseño del producto final. Una vez extraídos todos los datos,

se crearon fórmulas dentro de una hoja de cálculo para hallar correlaciones entre los resultados cuantitativos, que se presentan en el siguiente apartado.

4. Resultados y análisis de la investigación

La cobertura informativa sobre la inteligencia artificial en los medios de comunicación, especialmente en los telediarios, ha despertado un creciente interés entre el público y los expertos en comunicación. El análisis de los datos (véase la gráfica de la figura 1) revela una evolución significativa en la atención mediática hacia la IA durante el periodo 2014–2023.

Entre 2014 y 2016, la cobertura fue marginal, con 20 piezas informativas o menos. Esta etapa inicial puede interpretarse como una fase de latencia informativa, donde la IA aún no se percibía como un asunto prioritario para la agenda informativa televisiva.

A partir de 2017 y hasta 2022, se consolida una etapa de estabilización, con entre 39 y 50 piezas anuales. Este incremento respecto a los años anteriores sugiere una mayor institucionalización del tema, aunque sin alcanzar todavía niveles de alta visibilidad mediática. Durante estos años, la IA empieza a adquirir un espacio propio en el discurso informativo, pero aún sin un tratamiento intensivo ni sistemático.

El año 2023 marca un punto de inflexión, con un aumento abrupto hasta las 126 noticias emitidas. Este salto coincide con el lanzamiento y expansión pública de ChatGPT 3.5, lo que permite vincular el crecimiento de la cobertura con el impacto social de esta tecnología. Según Lian et al. (2024), ChatGPT alcanzó más de 100 millones de usuarios en apenas dos meses, convirtiéndose en la aplicación de más rápido creci-

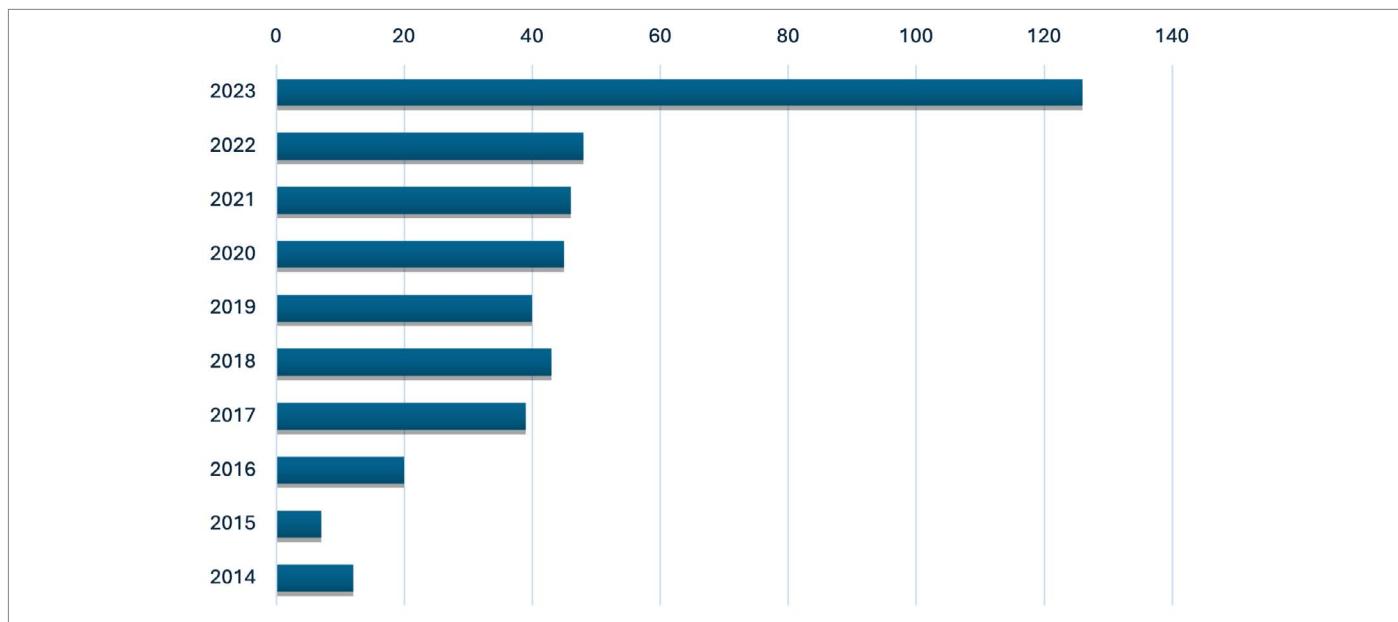


Figura 1. Línea temporal de la frecuencia de noticias sobre inteligencia artificial en los telediarios de TVE. Fuente: elaboración propia.

miento de la historia. La alta exposición pública y mediática de esta herramienta parece haber actuado como catalizador informativo, impulsando la tematización de la IA en el informativo de TVE.

Este cambio no solo indica un aumento cuantitativo en la cobertura, sino también un desplazamiento hacia una mayor complejidad narrativa. La IA pasa de ser tratada como una innovación tecnológica entre otras, a convertirse en un fenómeno transversal, con implicaciones sociales, económicas, políticas y culturales.

4.1. Duración de las piezas informativas sobre IA

El análisis de la duración media de las piezas informativas sobre inteligencia artificial evidencia una tendencia de crecimiento sostenido, lo que puede interpretarse como un indicador indirecto de la importancia progresiva atribuida al tema en el discurso informativo de TVE, mencionado en el apartado anterior. Entre 2014 y 2017, la duración se mantiene relativamente estable, entre 76 y 87 segundos (poco más de un minuto), lo que sugiere un tratamiento breve, propio de informaciones accesorias o sin una narrativa compleja.

A partir de 2018 se inicia un cambio significativo, con un aumento a 142 segundos (poco más de dos minutos), que marca el comienzo de una fase de ampliación discursiva. Aunque los años siguientes presentan ciertas fluctuaciones (113 segundos en 2019, 105 en 2020), la media se mantiene alta, con nuevos picos en 2021 (139 segundos) y 2023, año en el que se alcanza el valor máximo del periodo: 150 segundos. Este comportamiento revela una pauta de crecimiento que, más allá de la variabilidad puntual, apunta a una consolidación de la IA como tema de interés estructural en la agenda informativa de TVE.

La extensión temporal de las piezas puede asociarse a la necesidad de abordar con mayor profundidad una temática que, en sus orígenes, se trataba de manera más superficial. Este cambio se alinea con la aparición de herramientas como ChatGPT y otros modelos de lenguaje, que han incrementado tanto la complejidad técnica del contenido como su impacto en distintos sectores sociales. El paso de informaciones breves a formatos más desarrollados refleja la transición de la IA desde un objeto tecnológico a un fenómeno cultural y económico transversal.

Asimismo, esta evolución guarda relación con el cambio en los géneros periodísticos utilizados, como se desarrolla en el siguiente apartado. El aumento de reportajes y crónicas explica, en parte, el incremento en la duración media.

4.2. Género periodístico de las informaciones

El análisis de los géneros periodísticos empleados a lo largo del periodo 2014-2023 revela una evolución estructural en la forma en que los programas informativos de TVE informan sobre la inteligencia artificial (Figura 2). En los primeros años (2014-2015), la producción se centró exclusivamente en noticias y reportajes, sin presencia de crónicas ni entrevistas. Este repertorio limitado sugiere un enfoque informativo convencional, centrado en formatos breves y de baja complejidad narrativa.

A partir de 2016 se inicia una fase de diversificación progresiva. Ese año aparecen las primeras crónicas (3), junto con un incremento en las noticias (12) y una estabilidad en los reportajes (5). En 2017, las noticias aumentan a 32, mientras que las crónicas y reportajes permanecen en cifras más discretas (1 y 6, respectivamente). En 2018 se mantiene el predominio de las noticias, aunque se aprecia una ligera expansión del formato

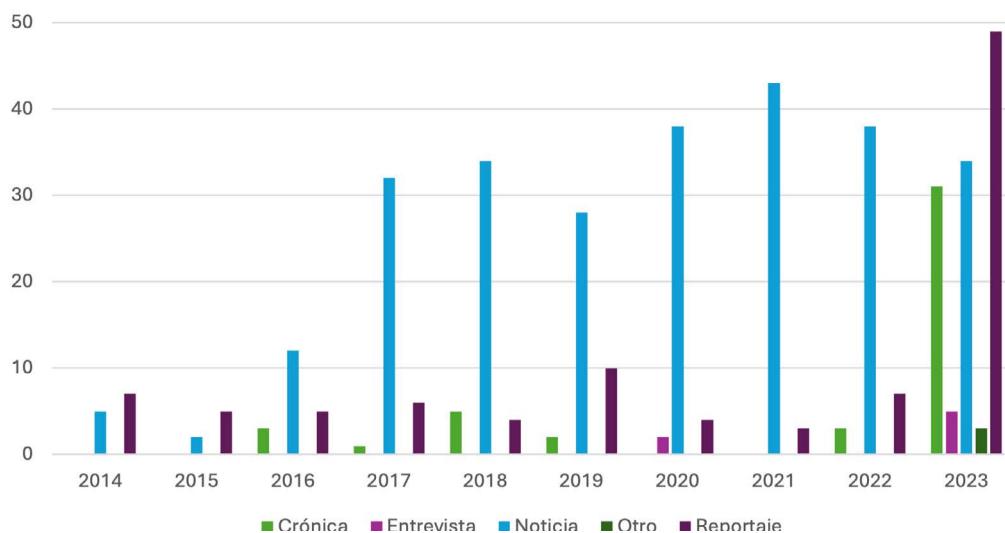


Figura 2. Evolución de los géneros periodísticos empleados a lo largo del periodo 2014-2023. Fuente: elaboración propia.

crónica (5 unidades), mientras que los reportajes se reducen a 4.

El año 2019 supone un punto de inflexión parcial con un descenso en el número de noticias (28) y un repunte de los reportajes (10), lo que indica una creciente disposición editorial hacia piezas más desarrolladas. En 2020 se registran 38 noticias y se incorporan entrevistas (2), señal de una mayor apertura a géneros dialógicos. La tendencia continúa en 2021, con un máximo de 43 noticias, aunque los formatos interpretativos se contraen (3 reportajes y ausencia de crónicas o entrevistas).

En 2022 se consolida un nuevo equilibrio: se mantienen 38 noticias, reaparecen las crónicas (3) y los reportajes suben a 7. Pero es en 2023 cuando se produce una transformación significativa en la estructura narrativa de la cobertura: 49 reportajes, 31 crónicas, 5 entrevistas, 34 noticias y 3 piezas clasificadas en otras categorías. Este cambio no solo es cuantitativo, sino cualitativo: por primera vez, los géneros interpretativos superan claramente a las noticias breves, lo que permite una cobertura más contextualizada y profunda del fenómeno IA.

La progresiva incorporación de crónicas, entrevistas y reportajes responde a una necesidad de adaptar el formato al contenido: la creciente complejidad técnica, ética y social de la inteligencia artificial exige un enfoque más elaborado. TVE, en tanto que medio de servicio público, parece haber adoptado un rol edocomunicativo.

4.3. Diversidad temática sobre la IA en los informativos de TVE

El análisis temático de la cobertura informativa permite identificar una evolución clara en la forma en que TVE ha contextualizado la inteligencia artificial en sus piezas informativas. En el periodo inicial (2014-2016), la atención se concentra

en cuestiones de ciencia y tecnología, con menciones marginales a cultura y economía. Este patrón inicial confirma una visión tecnocientífica de la IA, donde predomina su dimensión instrumental y de innovación.

A partir de 2017 se observa una ampliación gradual del enfoque, manteniéndose la centralidad del eje ciencia-tecnología, pero incorporando progresivamente otras áreas de interés, como las denuncias y, en menor medida, aspectos sociales. Este giro temático puede entenderse como un indicio de que la IA comienza a ser percibida no solo como herramienta técnica, sino también como fenómeno con consecuencias sociales y éticas.

El año 2020 representa un punto de inflexión temático, condicionado por el contexto pandémico global. Se incrementan significativamente las referencias al desarrollo tecnológico aplicado a la salud, con piezas centradas en la aplicación de la robótica en hospitales y el uso de IA en la industria farmacéutica. Este contexto específico favoreció una narrativa funcionalista y optimista, donde la IA se presenta como aliada en la gestión de la crisis sanitaria. Asimismo, surgen menciones —aunque aún limitadas— a su impacto en la educación y en cuestiones medioambientales, lo que indica una incipiente diversificación temática.

En 2023, con el mayor volumen de cobertura del periodo, se consolida una agenda informativa claramente diversificada. Las temáticas más destacadas son ciencia y tecnología (29 noticias), datos económicos (30) y salud (20), seguidas por política y legislación (Figura 3).

El aumento en las referencias a legislación y política es particularmente significativo, pues sugiere una creciente preocupación por el marco normativo, la regulación ética y el papel de las instituciones en la gobernanza de la tecnología.

4.4. Fuentes informativas

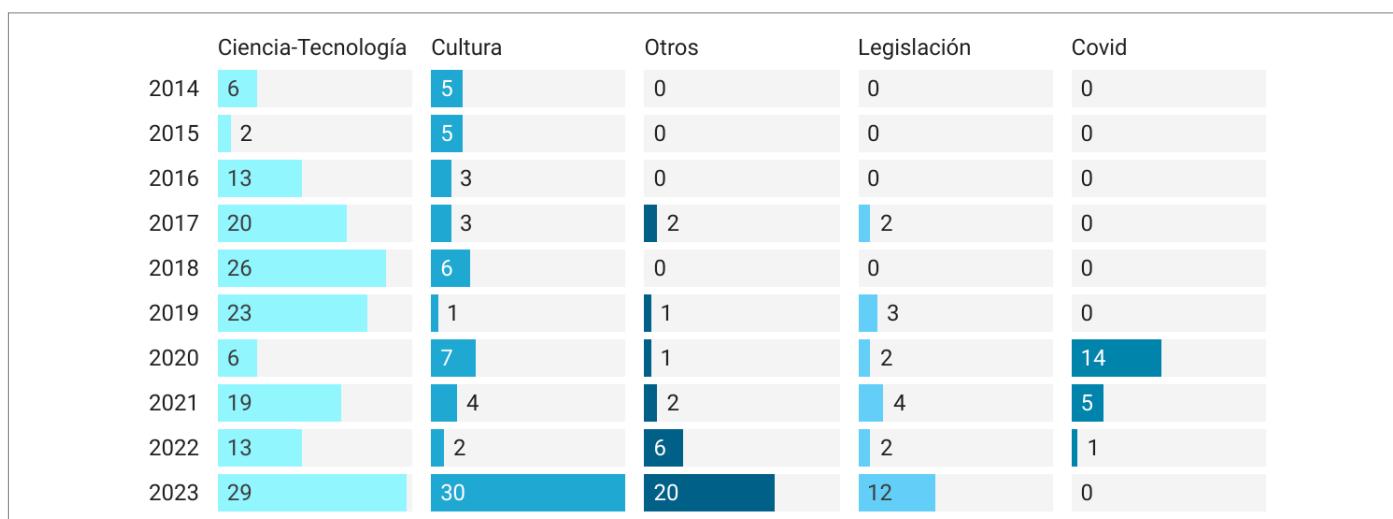


Figura 3. Evolución de las temáticas tratadas en las verificaciones de noticias (2014-2023). Fuente: elaboración propia.

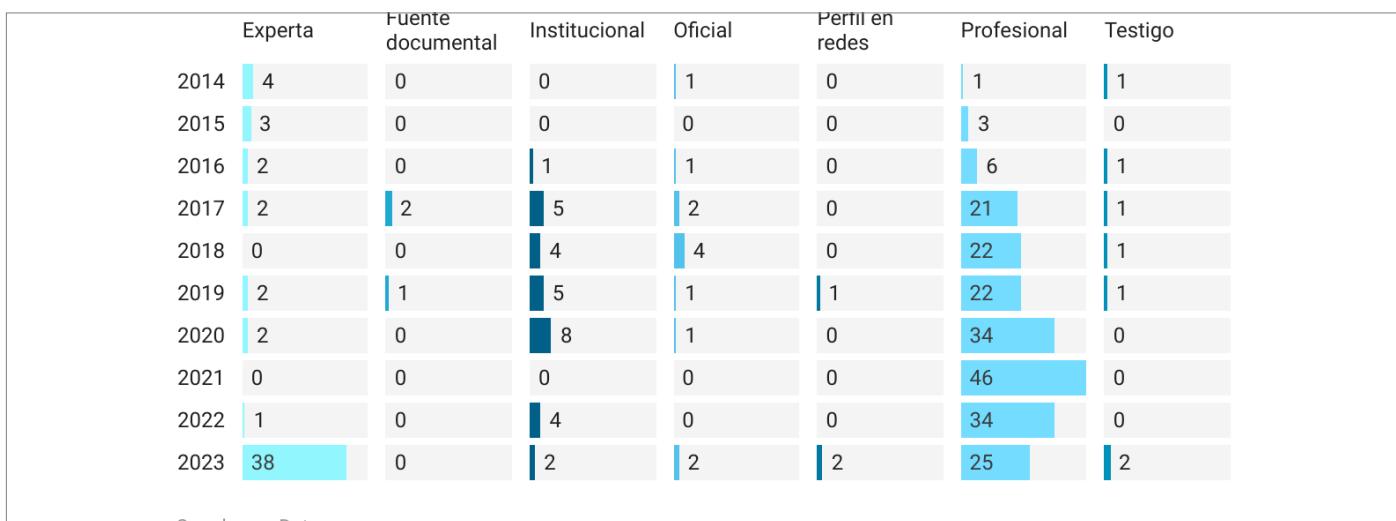


Figura 4. Tipología de fuentes empleadas en las piezas informativas. Fuente: elaboración propia.

El análisis de las formas de atribución empleadas en la cobertura informativa sobre inteligencia artificial en los telediarios de TVE permite evaluar el grado de transparencia y trazabilidad de la información difundida. Los resultados muestran (Gráfica de la figura 4) un uso abrumador de la atribución directa (76 %), frente a un 24 % de piezas sin atribución. No se ha detectado el uso de fuentes reservadas ni anónimas. Esta distribución refleja una política editorial orientada hacia la transparencia informativa, en línea con el mandato de servicio público de TVE. La ausencia de fuentes sin identificar también sugiere que la IA, al no estar vinculada con escándalos o filtraciones, se aborda como un tema técnico y social más que político o judicial, ámbitos donde es más común el uso de fuentes no atribuibles.

En cuanto a la tipología de fuentes (experta, documental, institucional, oficial, profesional, perfil en redes y testigo), se observan patrones diferenciados a lo largo del periodo. Destaca el crecimiento sostenido en el uso de fuentes expertas, que pasan de ser prácticamente inexistentes a alcanzar las 38 menciones en 2023. Este dato puede interpretarse como una respuesta editorial ante la necesidad de legitimación científica y técnica en un tema complejo como la IA.

Las fuentes profesionales también registran un aumento notable a partir de 2016, con un máximo de 46 menciones en 2021. Su posterior descenso en 2023 (25 menciones) no implica una pérdida de relevancia, sino que puede estar relacionado con una redistribución en favor de expertos académicos o técnicos más especializados. En conjunto, ambas categorías reflejan una apuesta por fuentes con autoridad sustantiva sobre el tema tratado.

Las fuentes documentales, institucionales y oficiales presentan un comportamiento más estable, con picos puntuales como el de las fuentes institucionales en 2020 (8 menciones). El uso de perfiles en redes sociales es bajo y

esporádico, con presencia en tres años (2014, 2019 y 2023), lo que indica una preferencia de TVE por fuentes tradicionales.

Los testimonios ciudadanos (fuente testigo) permanecen marginales, con ligeros repuntes en 2016, 2017 y 2023. Esta escasa presencia sugiere una cobertura centrada más en la dimensión técnica o institucional del fenómeno IA que en su impacto desde la experiencia cotidiana.

4.5. Enfoques informativos

El análisis de los destinatarios de las piezas informativas muestra una evolución significativa en el periodo 2014–2023. En 2014, las piezas se distribuyeron entre 7 dirigidas a ciudadanos, 2 a instituciones y 3 a otros destinatarios. Al año siguiente, hubo una disminución notable en las enfocadas a ciudadanos, con solo 1 unidad, mientras que las relativas a instituciones y otros destinatarios se mantuvieron relativamente estables, con 2 y 4 respectivamente. En 2016, se observa un aumento en las orientadas hacia ciudadanos (12), mientras que las dedicadas a instituciones permanecen en 2 y las de otros destinatarios ascienden a 6.

El año 2017 muestra un crecimiento considerable en las informaciones dirigidas a ciudadanos (34 piezas), acompañado de una ligera disminución en las institucionales (1) y una reducción en las de otros destinatarios (4). El patrón se mantiene en 2018, con 34 piezas centradas en la ciudadanía, 1 en instituciones y un aumento a 8 en otras. En 2019, las informaciones hacia ciudadanos suben ligeramente a 36, las institucionales a 3 y las de otros destinatarios descienden a 1.

En 2020 se registra un nuevo incremento en las piezas dirigidas a la ciudadanía (43), con 2 orientadas a instituciones y ninguna a otros destinatarios. En 2021, las informaciones sobre ciudadanos aumentan a 46, sin presencia de piezas institucionales ni de otros grupos. En 2022, las informaciones centradas en ciudadanos se mantienen en 36, mientras las

institucionales crecen a 8 y las de otros destinatarios a 4. Finalmente, en 2023 se produce un aumento generalizado: 57 piezas enfocadas en ciudadanos, 27 en instituciones y 39 en otros destinatarios.

La serie temporal evidencia una tendencia clara hacia la centralidad del ciudadano como principal destinatario del discurso informativo, especialmente a partir de 2017, lo que sugiere una orientación progresiva hacia la divulgación social y la proximidad temática.

4.6. Origen geográfico de las informaciones sobre IA

El análisis geográfico de la cobertura informativa permite identificar las prioridades espaciales del discurso mediático sobre inteligencia artificial en el Telediario de TVE. La gráfica de la figura 5 muestra la distribución regional de las informaciones entre 2014 y 2023, lo que facilita observar tanto la evolución como las asimetrías geopolíticas en la construcción mediática de la IA.

España constituye, con diferencia, el territorio con mayor cobertura a lo largo de toda la serie temporal. Este predominio responde a la lógica editorial de un informativo nacional, orientado a destacar contenidos de proximidad y relevancia para el público español. No obstante, el notable incremento de piezas con foco en España en los años más recientes también

puede interpretarse como una señal del arraigo progresivo del discurso sobre IA en los marcos nacionales, más allá del relato global de innovación.

Europa ocupa una segunda posición en volumen de cobertura, aunque con oscilaciones marcadas que parecen responder a eventos específicos —como regulaciones comunitarias o iniciativas institucionales— más que a una atención sistemática. Este patrón sugiere que la UE funciona como un referente político y normativo en el tratamiento mediático de la IA, especialmente en momentos clave del debate público sobre gobernanza tecnológica.

Las regiones de Asia-Pacífico, América y Global presentan una cobertura más irregular, con repuntes que coinciden con eventos puntuales o lanzamientos de tecnologías desarrolladas en esos contextos. Su presencia en la agenda de TVE parece, por tanto, más reactiva que estructural, y sugiere una dependencia de flujos informativos procedentes de agencias internacionales.

África, Oriente Próximo y Rusia-Cáucaso aparecen marginalmente en la cobertura, de forma puntual y vinculada a crisis o acontecimientos extraordinarios. Esta escasa representación refleja una priorización mediática centrada en el eje occidental, en sintonía con lo que han señalado estudios sobre agenda setting global (McCombs y Valenzuela, 2021).

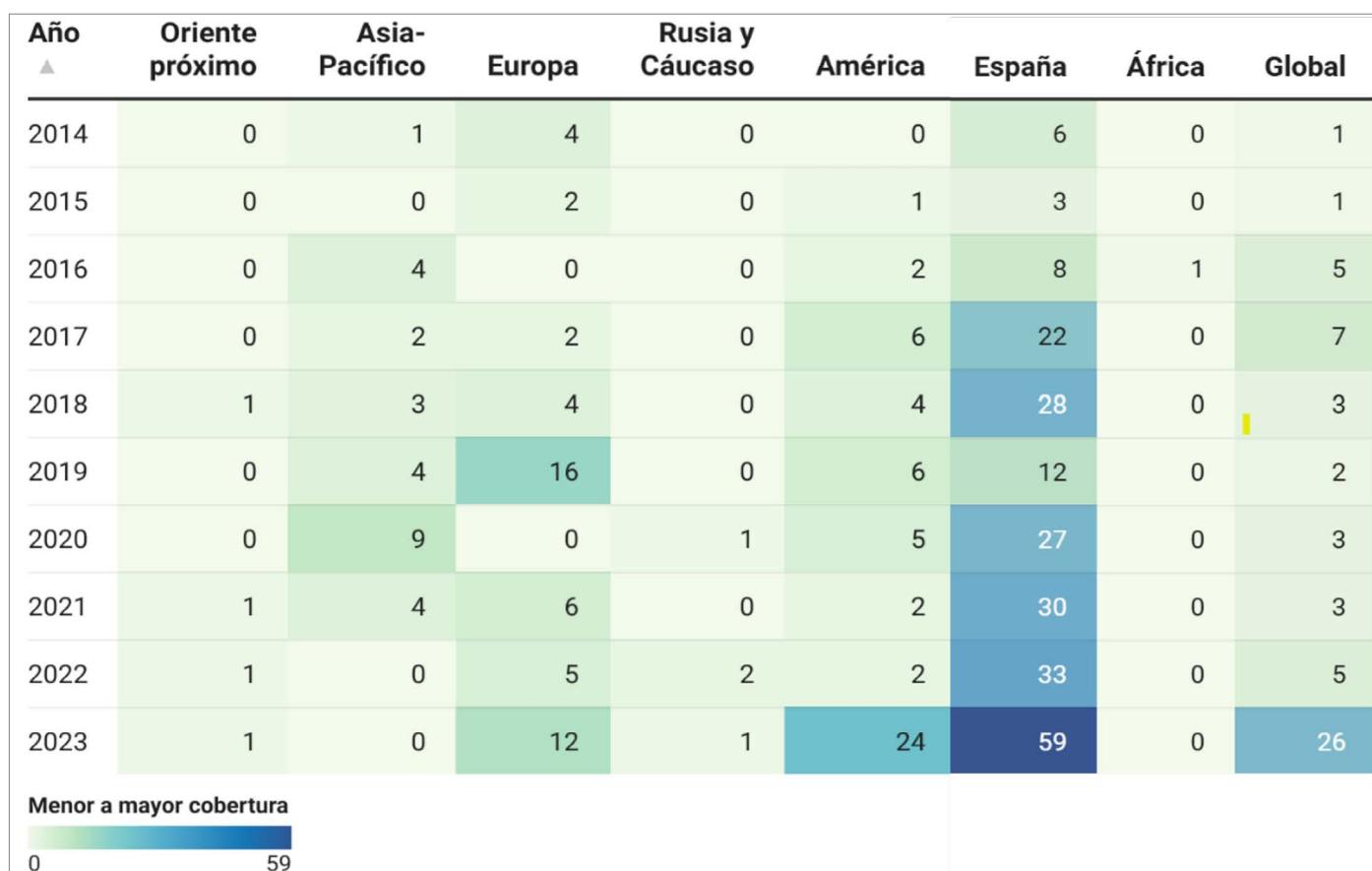


Figura 3. Geolocalización de las informaciones sobre inteligencia artificial. Fuente: elaboración propia.

La distribución geográfica revela una centralidad del mundo occidental —particularmente España, Europa y Estados Unidos— en la construcción informativa de la IA.

5. Discusión

Los resultados de esta investigación confirman y amplían las conclusiones de la literatura reciente sobre la transformación del periodismo impulsada por la inteligencia artificial. En línea con lo señalado por Túñez-López et al. (2021) y Porlezza (2024), el análisis del Telediario de La 1 de TVE revela un proceso progresivo de adaptación de las rutinas informativas a un ecosistema mediático altamente digitalizado. El crecimiento exponencial de la cobertura, especialmente a partir de 2023 con la irrupción de *ChatGPT*, evidencia la forma en que las innovaciones tecnológicas actúan como catalizadores temáticos en la agenda mediática, tal como han señalado González-Arias y López-García (2023) o Gómez-Calderón y Ceballos (2024).

La evolución hacia piezas más extensas, el uso creciente de géneros interpretativos y la diversificación temática corroboran el tránsito descrito por Fieiras-Ceide et al. (2023) hacia narrativas más complejas que requieren mayor contextualización. Este cambio también se vincula con el papel que la IA desempeña en la redefinición de funciones profesionales: la mayor presencia de voces expertas y especializadas responde a la necesidad de legitimar la información técnica, en consonancia con el "exo periodismo" propuesto por Tejedor y Vila (2021).

Asimismo, los resultados muestran cómo las tensiones éticas y regulatorias identificadas por autores como Cools y Diakopoulos (2023) o Gutiérrez-Caneda et al. (2024) se reflejan en el discurso informativo. El aumento de piezas con enfoque institucional y la creciente atención a la legislación y la gobernanza de la IA sugieren que el debate sobre el marco normativo está influyendo directamente en la selección de fuentes y en la estructura narrativa.

Por otro lado, la escasa presencia de testimonios ciudadanos y la centralidad de un enfoque occidental en la cobertura refuerzan las observaciones de Dandurand et al. (2023) sobre el *freezing out* de perspectivas críticas o periféricas. Esto plantea interrogantes sobre la capacidad del servicio público para representar la diversidad de impactos sociales de la IA y conectar con audiencias más amplias.

6. Conclusiones

En el presente estudio se ha examinado, desde un enfoque cuantitativo y longitudinal, el tratamiento informativo que el Telediario de La 1 de TVE ha realizado sobre la inteligencia artificial entre 2014 y 2023. Los resultados evidencian que la cobertura del fenómeno ha transitado desde una presencia

marginal en la agenda mediática a una posición central y transversal en el discurso informativo.

En relación con la evolución temporal (OE1), el análisis muestra tres etapas claramente diferenciadas: una fase inicial de escasa visibilidad (2014–2016), un periodo de institucionalización temática (2017–2022) y un punto de inflexión en 2023, marcado por un incremento sin precedentes en el volumen de noticias, coincidente con la irrupción pública de *ChatGPT*. Este último acontecimiento no solo multiplicó la atención mediática, sino que también redefinió las narrativas informativas sobre IA.

El estudio de la duración de las piezas (OE2) confirma una progresiva complejidad del discurso: de coberturas breves y superficiales en los primeros años se ha pasado a formatos más extensos que reflejan el creciente interés editorial por explorar la IA desde perspectivas técnicas, sociales y éticas. Este cambio se acompaña de una transformación en el uso de géneros periodísticos (OE3), con un auge significativo de reportajes, crónicas y entrevistas a partir de 2023, lo que evidencia una voluntad de contextualizar y explicar el fenómeno más allá del formato noticioso tradicional.

En cuanto a la diversidad temática (OE4), el discurso mediático ha evolucionado desde un enfoque eminentemente tecnocientífico hacia una agenda multidimensional, en la que cobran relevancia cuestiones económicas, políticas, normativas, sanitarias y culturales. Este desplazamiento temático refleja el reconocimiento de la inteligencia artificial como un fenómeno estructural con implicaciones globales.

El análisis de las fuentes (OE5) muestra una clara preferencia por la atribución directa y una creciente presencia de voces expertas y profesionales, lo que refuerza la legitimidad y profundidad del discurso informativo. Sin embargo, la escasa presencia de testimonios ciudadanos sugiere que la dimensión social del impacto de la IA aún ocupa un lugar secundario en la cobertura. En cuanto al enfoque informativo (OE6), la tendencia dominante se orienta hacia la ciudadanía, lo que indica un progresivo interés por la divulgación y la mediación social de la información.

En cuanto a la geolocalización (OE7), los resultados revelan un marcado sesgo occidental en la construcción mediática del fenómeno, con un predominio de contenidos centrados en España, Europa y Estados Unidos. Este patrón responde tanto a la lógica editorial de un medio nacional como a la estructura global de la industria tecnológica.

Los hallazgos sugieren que el Telediario de TVE ha adaptado progresivamente su tratamiento informativo a la creciente relevancia social y política de la inteligencia artificial, reforzando su función de servicio público y de mediación social. No obstante, la investigación presenta algunas limitaciones, como la ausencia de un análisis comparativo con otros medios

o la exclusión de enfoques cualitativos que permitan explorar con mayor profundidad las narrativas mediáticas. Futuros estudios podrían ampliar el marco comparativo a diferentes tipos de medios o programas informativos de otras cadenas, analizar el impacto del discurso informativo en la percepción pública o incorporar técnicas mixtas que integren el análisis de contenido con la recepción.

Financiación

Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Excelencia *Aplicaciones periodísticas de la IA para reducir la desinformación: tendencias, usos y percepciones de profesionales y audiencias (DESINFOPERIA)*. (PID2023-1474860B-I00). Además, se beneficia parcialmente del proyecto *gen-IA: Biblioteca de herramientas de inteligencia artificial para la creación de contenidos en medios de comunicación*. Ref: JA.B3-23. Financiado por el II Plan Propio de Investigación, Transferencia y Divulgación Científica.

Referencias

- Andréu-Abela, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Centro de Estudios Andaluces.
- Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Akal.
- Blanco, S., Martín-Martín, F. M. y Sedano, J. (2023). La visibilidad mediática de la desinformación en los programas informativos: El caso de La 1 de RTVE. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 893–904. <https://doi.org/10.5209/esmp.88595>
- Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2013). *The news gap: When the information preferences of the media and the public diverge*. MIT Press.
- Calvo-Rubio, L. M., Ufarte-Ruiz, M. J. y Murcia-Verdú, F. J. (2024). A methodological proposal to evaluate journalism texts created for depopulated areas using AI. *Journalism and Media*, 5(2), 671–687. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020044>
- Cea, N., Fernández-Torres, M. J. y Teruel-Rodríguez, L. (2023). Tratamiento del fenómeno de la desinformación en la prensa española: Un análisis de su evolución. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 881–891. <https://doi.org/10.5209/esmp.88087>
- Chaparro, M., Espinar, L., El Mohammadiane, A. y Peralta, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Fragua.
- Cools, S. y Diakopoulos, N. (10 Julio 2023). Towards guidelines for guidelines on the use of generative AI in newsrooms. *Medium*. <https://generative-ai-newsroom.com/towards-guidelines-for-guidelines-on-the-use-of-generative-ai-in-newsrooms-55b0c2c1d960>
- Dandurand, G., McKelvey, F. y Roberge, J. (2023). Freezing out: Legacy media's shaping of AI as a cold controversy. *Big Data y Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20539517231219242>
- De Lima-Santos, M. F., García-Avilés, J. A., Túñez-López, J. M. y López-García, X. (2025). Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI y Society*, 40, 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>
- Diakopoulos, N. (2019). Towards a design orientation on algorithms and automation in news production. *Digital Journalism*, 7(8), 1180–1184. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1682938>
- European Commission. (2021). *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union legislative acts*. EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021PC0206>
- Fieiras-Ceide, C., Ufarte-Ruiz, M. J. y Vaz-Álvarez, M. (2023). Actividad empleadora en la televisión pública de la era de la automatización: Employer branding, canales de contratación, procesos de selección, competencias y perfiles profesionales demandados. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 855–868. <https://doi.org/10.5209/esmp.88582>
- Fieiras-Ceide, C., Vaz-Álvarez, M. y Túñez-López, J. M. (2022). Artificial intelligence strategies in European public broadcasters: Uses, forecasts and future challenges. *Profesional de la información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.18>
- García-Faroldi, L., Teruel, L. y Blanco, S. (2025). Unmasking AI's role in the age of disinformation: Friend or foe? *Journalism and Media*, 6(1), 19. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010019>
- Gómez-Calderón, B. y Ceballos, Y. (2024). Periodismo e inteligencia artificial: El tratamiento de los chatbots en la prensa española. *Index Comunicación*, 14(1), 281–300. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Period>

PUBLICIDAD | ADVERTISING | PUBLICITAT

HTXT
n. 29 / 2024

Tratamiento de la mujer en textos periodísticos sobre videojuegos: estudio de caso de medios impresos

Anastasia Myagkova Shaposhnikova
Universidad Miguel Hernández de Elche
Montserrat Jurado Martín
Universidad Miguel Hernández de Elche

<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2024.i29.08>

- González-Arias, C. y López-García, X. (2023). ChatGPT: Stream of opinion in five newspapers in the first 100 days since its launch. *Profesional de la información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.24>
- Gutiérrez-Caneda, B., Martínez-Rolán, X. y Piñeiro-Otero, T. (2024). Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: talking with professionals and experts. *Frontiers in Communication*, 9, 1465178. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de investigación*. McGraw Hill.
- Hossain, M. S. y Wenger, D. (2024). Has journalism education kept up with digital transformation? *Journalism y Mass Communication Educator*, 79(2), 129–146. <https://doi.org/10.1177/10776958231224038>
- Jones, B. y Jones, R. (2019). Public service chatbots: Automating conversation with BBC News. *Digital Journalism*, 7(8), 1032–1053. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1609371>
- Kuai, J., Ferrer-Conill, R. y Karlsson, M. (2022). AI ≥ Journalism: How the Chinese copyright law protects tech giants' AI innovations and disrupts the journalistic institution. *Digital Journalism*, 10(10), 1893–1912. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2120032>
- Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Boletín Oficial del Estado, núm. 134, 6 de junio de 2006, 21720–21734 (España). <https://www.boe.es/eli/es/l/2006/06/05/17>
- Lian, Y., Tang, H., Xiang, M. y Dong, X. (2024). Public attitudes and sentiments toward ChatGPT in China: A text mining analysis based on social media. *Technology in Society*, 76, 102442. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102442>
- Lin, B. y Lewis, S. C. (2022). The one thing journalistic AI just might do for democracy. *Digital Journalism*, 10(10), 1627–1649. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2084131>
- Lopezosa, C., Codina, L., Pont-Sorribes, C. y Vállez, M. (2023). Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: Challenges, uses and training proposal. *Profesional de la información*, 32(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.08>
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2021). *Setting the agenda: Mass media and public opinion* (3rd ed.). Polity Press.
- Pérez-Seijo, S. (2021). Uso del vídeo 360º por los medios nativos digitales: Análisis exploratorio de los primeros pasos en el ecosistema periodístico español. *Profesional de la información*, 30(3), e300304. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.04>
- Porlezza, C. (2024). The datafication of digital journalism: A history of everlasting challenges between ethical issues and regulation. *Journalism*, 25(5), 1167–1185. <https://doi.org/10.1177/14648849231190232>
- Rojas-Torrijos, J. L. (2019). Automated sports coverages: Case study of bot released by *The Washington Post* during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1729–1747. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/252/208>
- Ruiz-Bueno, A. (2021). *El contenido y su análisis: Enfoque y proceso*. Universitat de Barcelona. <https://hdl.handle.net/2445/179232>
- Saad, E. y Carneiro-dos-Santos, M. (2023). Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: Avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural para difusão de notícias falsas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 783–794. <https://doi.org/10.5209/esmp.87965>
- Sánchez-García, P., Merayo-Álvarez, N., Calvo-Barbero, C. y Díez-Gracia, A. (2023). Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: Companies and tools for documentation, production and distribution of information. *Profesional de la información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.08>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076–1097. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>
- Wu, S. (2022). Evaluating "exemplary data journalism" from Asia: An exploration into South China Morning Post's data stories on China and the world. *Journalism*, 24(9), 2042–2058. <https://doi.org/10.1177/14648849221093509>
- Tejedor, S. y Vila, P. (2021). Exo journalism: A conceptual approach to a hybrid formula between journalism and artificial intelligence. *Journalism and Media*, 2(4), 830–840. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040048>
- Túñez-López, J. M., Fieiras-Ceide, C. y Vaz-Álvarez, M. (2021). Impacto de la inteligencia artificial en el periodismo: Transformaciones en la empresa, productos, contenidos y perfil profesional. *Communication y Society*, 34(1), 177–193. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>
- Ufarte-Ruiz, M. J., Fieiras-Ceide, C. y Túñez-López, M. (2020). La enseñanza-aprendizaje del periodismo automatizado en instituciones públicas: Estudios, propuestas de viabilidad y perspectivas de impacto de la IA. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 131–146. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3289>

PUBLICIDAD | ADVERTISING | PUBLICITAT

Llamada de artículos:

Metainvestigación de la Comunicación: tendencias metodológicas y temáticas en un contexto de cambio entre la IA y lo tradicional

Editores invitados:

Patricia Izquierdo Iranzo
Universidad Rey Juan Carlos, España

Montserrat Jurado Martín
Universidad Miguel Hernández de Elche, España

Carlos Lozano Ascencio
Universidad Rey Juan Carlos, España

HTXT
n. 33 / 2026

Fecha límite: 30 de junio de 2026
Notificación de aceptación: octubre de 2026
Publicación: noviembre de 2026

More info: <https://raco.cat/index.php/Hipertext/index>

- Verba Volant. (2022). *Fundación ciudadana Civio*. <https://verba.civio.es/>
- Vergeer, M. (2020). Artificial intelligence in the Dutch press: An analysis of topics and trends. *Communication Studies*, 71(3), 373–392. <https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1733038>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (4th ed.). Sage.
- Zhang, W. y Pérez-Tornero, J. M. (2021). Introduction to AI journalism: Framework and ontology of the trans-domain field for integrating AI into journalism. *Journal of Applied Journalism y Media Studies*, 12(3), 333–353. https://doi.org/10.1386/ajms_00063_1

CV

Francisco Martín

- franmartin@uma.es
- <https://orcid.org/0000-0003-3501-2442>
- Es profesor doctor del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. El perfil investigador que ha seguido está marcado por los estudios relacionados con los medios audiovisuales, la educación mediática y la desinformación. Además, Francisco Martín ha participado en más de 20 proyecto competitivos nacionales e internacionales. Actualmente es miembro del proyecto Proyecto de Excelencia "Aplicaciones periodísticas de la IA para reducir la desinformación: tendencias, usos y percepciones de profesionales y audiencias (DESINFOPERIA)"

Sonia Blanco

- sblanco@uma.es
- <https://orcid.org/0000-0002-1342-7455>
- Es Profesora Titular de la Universidad de Málaga, Doctora en Comunicación Audiovisual y licenciada en Periodismo. Ha impartido clases y conferencias como profesora invitada en: University College of Dublin UCD (Irlanda), Universidad de Konkuk (Seúl, Corea del Sur), Universidad Monteávila (Caracas, Venezuela) y la Universidad de Antioquia (Medellín, Colombia), así como para el Centro Internacional

para Periodistas de Washington DC (ICFJ por sus siglas en inglés). Está involucrada en proyectos competitivos desde 2003. Actualmente es miembro del Proyecto de Excelencia "Aplicaciones periodísticas de la IA para reducir la desinformación: tendencias, usos y percepciones de profesionales y audiencias (DESINFOPERIA)". Sus principales líneas de investigación son las redes sociales, periodismo digital, desinformación.

Jon Sedano

- jonander.sedanoamundarain@unir.net
- <https://orcid.org/0000-0003-1845-7570>
- Es doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga y profesor de la Universidad Internacional de la Rioja. Especializado a nivel profesional en periodismo multimedia y nuevas narrativas, colabora con Diario SUR y Cadena Ser, donde se encarga de verificar noticias y contenidos virales. Fundador y director del medio online especializado en cómic, cine y televisión "La Casa de EL". Actualmente es miembro del Proyecto de Excelencia "Aplicaciones periodísticas de la IA para reducir la desinformación: tendencias, usos y percepciones de profesionales y audiencias (DESINFOPERIA)".

PUBLICIDAD | ADVERTISING | PUBLICITAT

HTXT
n. 30 / 2025

**Llegar a todas las audiencias:
cuando el periodismo se
enfrenta a la desertización
informativa**

María Cruz Negreira Rey
Universidade de Santiago de Compostela

<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2025.i30.12>