

Recibido: 24/11/2025 --- Aceptado: 05/02/2026 --- Publicado: 04/05/2026

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL ECOSISTEMA RADIOFÓNICO ESPAÑOL: PERCEPCIONES, USOS Y DILEMAS ÉTICOS EN PROFESIONALES Y AUDIENCIAS

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SPANISH RADIO ECOSYSTEM:
PERCEPTIONS, USES AND ETHICAL DILEMMAS AMONG PROFESSIONALS
AND AUDIENCES

 **Concepción Gómez López:** Universidad de Vigo. España.
cogomez@uvigo.gal

Cómo citar el artículo:

Gómez López, Concepción (2026). La inteligencia artificial en el ecosistema radiofónico español: percepciones, usos y dilemas éticos en profesionales y audiencias [Artificial intelligence in the Spanish radio ecosystem: perceptions, uses and ethical dilemmas among professionals and audiences]. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 59, 1-25.
<https://doi.org/10.15198/seeci.2026.59.e959>

RESUMEN

Introducción: Este artículo analiza las percepciones de los profesionales radiofónicos y de la audiencia española sobre la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el ecosistema radiofónico, atendiendo a sus usos actuales, los cambios percibidos en las rutinas profesionales y los dilemas éticos asociados. **Metodología:** Se adopta un enfoque mixto y exploratorio, combinando entrevistas semiestructuradas a diez profesionales del medio radiofónico con una encuesta en línea aplicada a 2.500 oyentes de radio en España. La fase cualitativa examina los discursos profesionales sobre la IA en relación con los procesos de producción y la práctica informativa, mientras que la fase cuantitativa analiza la percepción de la audiencia, con especial atención a la aceptación de las voces sintéticas y a las diferencias generacionales. **Resultados:** Los resultados indican una aceptación selectiva de la IA como herramienta de apoyo para tareas técnicas y documentales, como la transcripción, la edición de audio y la gestión de contenidos. Sin embargo, tanto los profesionales como la audiencia muestran un rechazo mayoritario al uso de voces sintéticas en contextos informativos, asociándolas a una menor credibilidad y autenticidad. El análisis estadístico confirma la existencia de una brecha generacional significativa en la aceptación de la IA. **Conclusiones:** El estudio concluye que la IA no sustituye a los profesionales radiofónicos, sino que redefine su rol, reforzando funciones vinculadas al criterio editorial, la supervisión ética y la mediación entre sistemas automatizados y audiencias. La transparencia y la supervisión humana emergen como principios clave para una integración sostenible de la IA en la radio española.

Palabras clave: inteligencia artificial; radio; periodismo radiofónico; automatización; voces sintéticas; ética profesional.

ABSTRACT

Introduction: This article analyzes the perceptions of radio professionals and the Spanish audience regarding the integration of artificial intelligence (AI) into the radio ecosystem, considering its current uses, perceived changes in professional routines, and associated ethical dilemmas. **Methodology:** A mixed-methods, exploratory approach is adopted, combining semi-structured interviews with ten radio professionals and an online survey of 2,500 radio listeners in Spain. The qualitative phase examines professional discourse on AI in relation to production processes and news practices, while the quantitative phase analyzes audience perceptions, paying particular attention to the acceptance of synthetic voices and generational differences. **Results:** The results indicate selective acceptance of AI as a support tool for technical and documentary tasks, such as transcription, audio editing, and content management. However, both professionals and the audience show a majority rejection of the use of synthetic voices in news contexts, associating them with lower credibility and authenticity. Statistical analysis confirms the existence of a significant generational gap in the acceptance of AI. **Conclusions:** The study concludes that AI does not replace radio professionals, but rather redefines their role, reinforcing functions related to editorial judgment, ethical oversight, and mediation between automated systems

and audiences. Transparency and human oversight emerge as key principles for the sustainable integration of AI in Spanish radio.

Keywords: artificial intelligence; radio; radio journalism; automation; synthetic voices; professional ethics.

1. INTRODUCCIÓN

El interés por la inteligencia artificial (IA) en los medios de comunicación españoles ha crecido de forma notable en los últimos años, impulsado por los procesos de digitalización, la convergencia multimedia y la necesidad de optimizar recursos en un entorno de competencia creciente. En el ámbito radiofónico, la incorporación de herramientas automatizadas comienza a incidir en distintas fases de la producción sonora, desde la documentación y la gestión de contenidos hasta la edición de audio y la distribución multiplataforma.

Diversos informes sectoriales señalan que un número creciente de emisoras españolas, tanto públicas como privadas, ha integrado algún grado de automatización en sus flujos de trabajo, especialmente en tareas técnicas y organizativas. Radio Nacional de España (RNE), por ejemplo, ha desarrollado un proyecto que aplica la IA para el cortado automático de las noticias que componen un informativo radiofónico, para su posterior difusión en la web de RTVE y en medios de comunicación social (Bazán-Gil *et al.*, 2021), mientras que cadenas privadas han experimentado con herramientas de análisis de audiencias y gestión automatizada de contenidos. Paralelamente, iniciativas como Hiperia (Gómez López, 2024) o proyectos de radio generados mediante IA han contribuido a visibilizar el potencial de estas tecnologías, aunque su implantación cotidiana en la práctica profesional sigue siendo limitada y desigual.

Más allá de su dimensión técnica, la introducción de la IA en la radio plantea interrogantes de carácter cultural, profesional y ético. La radio ha construido históricamente su identidad en torno a la voz humana como eje de cercanía, credibilidad y carga emocional. La posibilidad de incorporar sistemas capaces de generar o simular voces, así como de intervenir en procesos editoriales mediante algoritmos, tensiona este modelo y obliga a replantear el papel del periodista radiofónico en el ecosistema mediático contemporáneo.

En este contexto, la cuestión central no reside únicamente en determinar qué puede hacer la IA en la radio, sino en comprender cómo es percibida por quienes trabajan en el medio y por quienes lo consumen. La integración de tecnologías automatizadas está mediada por actitudes, expectativas y marcos normativos que condicionan su aceptación y sus usos, lo que hace pertinente analizar no solo los desarrollos tecnológicos, sino también las valoraciones que generan entre los actores implicados.

Este artículo analiza las percepciones de los profesionales radiofónicos españoles y de la audiencia respecto a la incorporación de la IA en el medio radiofónico, prestando atención a los usos actuales de estas herramientas, a los cambios percibidos en las rutinas profesionales y a los dilemas éticos asociados a la automatización. El estudio

no aborda la observación directa de los flujos productivos, sino la interpretación que periodistas y oyentes realizan de estos procesos en el contexto español.

Para ello, se adopta un diseño metodológico mixto que combina entrevistas semiestructuradas a profesionales del sector radiofónico con una encuesta dirigida a la audiencia. Esta estrategia permite contrastar el discurso profesional con la percepción social y aportar una visión complementaria sobre el grado de aceptación de la IA y sobre los límites simbólicos que aún se atribuyen a su uso, especialmente en relación con la locución informativa y la autenticidad sonora.

Desde esta perspectiva, la investigación se sitúa en un punto intermedio entre el análisis tecnológico y la reflexión comunicativa, entendiendo la inteligencia artificial no como un agente autónomo de transformación, sino como una herramienta cuya integración depende de decisiones humanas, valores profesionales y marcos regulatorios. El estudio contribuye así a ampliar el conocimiento sobre el impacto de la IA en la radio española desde el prisma de las percepciones, tensiones y oportunidades que acompañan a este proceso de cambio.

1.1. Automatización y cambio de rol profesional

La automatización de procesos informativos no constituye un fenómeno nuevo en el ámbito radiofónico, aunque su alcance y complejidad se han intensificado con el desarrollo de sistemas de IA capaces de operar sobre grandes volúmenes de datos y contenidos sonoros. Durante la década de 2010, la automatización en la radio española se concentró principalmente en funciones técnicas, como el control de la emisión, la programación musical o la gestión de parrillas. En la actualidad, estas tecnologías se extienden a ámbitos que inciden de forma más directa en el trabajo periodístico, como la transcripción automática, la documentación, la edición de audio o la elaboración de resúmenes informativos.

La literatura académica ha analizado este proceso desde la perspectiva del periodismo algorítmico y la redefinición de las competencias profesionales en entornos mediados por sistemas automatizados (Clerwall, 2014; van Dalen, 2012; Dörr, 2016; Graefe, 2016; Lindén, 2017).

De forma convergente, estos estudios coinciden en señalar que la automatización no implica necesariamente la sustitución del periodista, sino una redistribución de tareas y responsabilidades dentro de las redacciones.

La incorporación de la IA en la radio no responde a un proceso homogéneo, sino a la aplicación de herramientas diferenciadas a lo largo del ciclo de producción radiofónica. En este sentido, resulta especialmente relevante la sistematización propuesta por Ribes Guardia *et al.* (2025), quienes identifican usos de la IA en las fases de planificación, documentación, producción, emisión y distribución, distinguiendo entre aplicaciones de apoyo técnico, automatización documental y asistencia editorial.

Esta tipología permite desplazar el foco desde los discursos centrados en la sustitución del profesional hacia los usos reales de la automatización. Como señalan estos autores,

la mayoría de las aplicaciones implantadas se orientan a tareas de bajo valor creativo —como la transcripción automática, la indexación de archivos sonoros o la optimización de flujos de producción—, lo que refuerza la idea de una automatización selectiva e instrumental en la radio contemporánea.

La evidencia empírica sobre la automatización en informativos radiofónicos ha sido analizada por Bazán-Gil *et al.* (2021) en su estudio sobre Radio Nacional de España, donde se constata que la IA se aplica principalmente a procesos técnicos y organizativos, mientras que las decisiones editoriales y la locución informativa permanecen bajo control humano. Este caso confirma la consolidación de modelos híbridos en los que la inteligencia artificial actúa como herramienta de apoyo sin sustituir las funciones centrales del periodista.

En el contexto español, diversos trabajos subrayan que la adopción de la IA en las redacciones se produce de manera gradual y desigual. Túnnez-López *et al.* (2018) señalan una percepción ambivalente por parte de los profesionales, que valoran positivamente su utilidad para tareas repetitivas, pero mantienen reservas respecto a su impacto en funciones que requieren juicio editorial. En la misma línea, De Lara *et al.* (2022) destacan el potencial de la IA para optimizar procesos y gestionar datos complejos, siempre que exista una supervisión humana efectiva.

Más recientemente, Blanco Sánchez *et al.* (2025) plantean que la IA ha evolucionado hacia formas de “coproducción cognitiva”, al intervenir en decisiones relacionadas con la estructura, el estilo o la priorización de contenidos. Esta evolución obliga a reconsiderar el rol del periodista radiofónico, que asume funciones de gestión y supervisión de procesos algorítmicos.

Desde una perspectiva crítica, la literatura subraya que la automatización no elimina la dimensión humana del trabajo periodístico, sino que refuerza funciones vinculadas al control editorial, el criterio ético y la responsabilidad comunicativa (Ribes Guardia *et al.*, 2025). En este sentido, el periodista radiofónico actúa cada vez más como mediador entre los sistemas automatizados y la audiencia, garantizando que la incorporación de la IA no comprometa valores fundamentales como la credibilidad, la diversidad expresiva y la calidad informativa.

Esta investigación se inscribe en este marco interpretativo, abordando la automatización como un proceso percibido y negociado por los profesionales de la radio española, más que como una transformación puramente técnica.

1.2. Voces sintéticas y autenticidad comunicativa

La voz constituye el principal vehículo expresivo de la radio y uno de los pilares de la relación de confianza entre el medio y su audiencia. Más allá de la transmisión de información, la voz humana articula una experiencia comunicativa basada en la cercanía, la credibilidad y la dimensión emocional del discurso radiofónico. En este contexto, la irrupción de voces sintéticas generadas mediante IA se presenta como uno de los desafíos más visibles —aunque no necesariamente los más extendidos— del proceso de automatización del medio.

Los avances recientes en tecnologías de síntesis de voz, sustentados en modelos de *deep learning*, han permitido desarrollar locuciones artificiales con elevados niveles de naturalidad y precisión fonética. Iniciativas experimentales como Hiperia, impulsadas en el ámbito de la radio pública española, han demostrado la viabilidad técnica de generar contenidos radiofónicos completos mediante voces sintéticas (Chaparro Domínguez, 2024; Gómez López, 2024). No obstante, su uso en la práctica profesional cotidiana continúa siendo limitado y se circunscribe, en la mayoría de los casos, a entornos experimentales o tareas auxiliares.

Desde una perspectiva comunicativa, la simulación de la voz humana plantea interrogantes sobre la autenticidad del mensaje radiofónico. Chaparro Domínguez (2024) subraya que la voz funciona como marcador de identidad y presencia, de modo que su artificialización puede alterar el pacto comunicativo entre emisor y receptor y afectar a la confianza en el medio, especialmente cuando el oyente desconoce su origen algorítmico.

El debate se intensifica con las técnicas de clonación vocal, capaces de reproducir timbres de personas reales. Aunque su uso en la radio española es todavía marginal, la literatura y el discurso profesional advierten de riesgos de suplantación y manipulación informativa. La preocupación se desplaza así de la calidad técnica a las implicaciones éticas derivadas de su empleo sin conocimiento o consentimiento de la audiencia y de los propios profesionales.

En el plano normativo, el Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (Reglamento (UE) 2024/1689) establece obligaciones de transparencia para determinados usos de IA, incluida la identificación de contenidos generados o modificados artificialmente, con aplicación progresiva a partir de 2026. Este marco refuerza la necesidad de mecanismos explícitos de identificación y supervisión humana, especialmente en medios sujetos a principios de servicio público.

En consecuencia, la mayoría de los enfoques académicos no proponen una prohibición general, sino la definición de límites y criterios de uso. Desde esta perspectiva la ética del sonido automatizado basada en transparencia, trazabilidad y responsabilidad editorial, constituyen principios especialmente pertinentes en el ecosistema radiofónico.

En coherencia con estos planteamientos, el presente estudio no aborda las voces sintéticas como una práctica generalizada en la radio española, sino como un punto de fricción simbólica que concentra buena parte de los temores y expectativas asociadas a la inteligencia artificial. Las percepciones recogidas entre profesionales y audiencia indican que la resistencia a estas tecnologías no responde únicamente a su origen técnico, sino a la defensa de la autenticidad, la credibilidad y la dimensión humana que históricamente han definido al medio radiofónico.

1.3. Transformación de las tareas redaccionales

El núcleo de la presente investigación se sitúa en la transformación percibida de las tareas redaccionales y productivas en la radio española como consecuencia de la incorporación progresiva de herramientas de inteligencia artificial. Esta transformación se inscribe en una evolución previa de las redacciones radiofónicas hacia modelos más flexibles y polivalentes, en los que el redactor multitarea adquiere un papel central, y en los que la automatización actúa como un acelerador de cambios ya en curso.

Diversos estudios han propuesto tipologías para analizar los niveles de automatización en el ámbito radiofónico. En este sentido, Ribes Guardia *et al.* (2025) identifican usos de la IA a lo largo del ciclo del producto radiofónico —planificación, documentación, producción, emisión y distribución— y distinguen entre aplicaciones de apoyo técnico, automatización documental y asistencia editorial. A partir de esta sistematización, en el contexto del presente estudio pueden diferenciarse cuatro ámbitos de aplicación: la automatización técnica, vinculada a la emisión y programación; la automatización documental, orientada a la búsqueda, transcripción y clasificación de contenidos; la automatización redaccional, centrada en la generación o síntesis de textos informativos; y la automatización editorial, relacionada con la jerarquización y distribución de contenidos.

En la práctica de las emisoras españolas, estos niveles no se implantan de forma homogénea. Los profesionales perciben que la IA se utiliza principalmente en los niveles técnico y documental, mediante herramientas de transcripción automática, indexación de archivos sonoros o edición asistida. Estas aplicaciones permiten reducir el tiempo dedicado a tareas mecánicas y reorganizar el trabajo cotidiano, sin alterar necesariamente los principios editoriales del medio.

Desde la perspectiva profesional, esta evolución implica un desplazamiento del esfuerzo desde la ejecución manual hacia funciones de revisión, validación y supervisión de los resultados generados por sistemas automatizados. Blanco Sánchez *et al.* (2025) describen este proceso como una forma de editorialización algorítmica, en la que los contenidos resultan de la interacción entre decisiones humanas y procesos automatizados, reforzando la centralidad de la responsabilidad editorial.

La automatización incide igualmente en los ritmos de producción de las redacciones radiofónicas, al introducir dinámicas más continuas y menos dependientes de los boletines horarios tradicionales. No obstante, la transformación de las tareas redaccionales no se limita a una cuestión de eficiencia. La literatura advierte que el uso extensivo de sistemas automatizados puede favorecer la homogeneización de los contenidos y la estandarización narrativa si no existe una supervisión editorial humana clara (Sonni *et al.*, 2024), lo que plantea desafíos adicionales para la preservación de la singularidad de cada proyecto editorial.

En coherencia con este planteamiento, el presente estudio aborda la transformación de las tareas redaccionales como un proceso en construcción, interpretado de manera diversa por los profesionales de la radio española. El análisis de estas percepciones permite comprender cómo la inteligencia artificial reconfigura el trabajo cotidiano no

mediante una sustitución directa de funciones, sino a través de una redistribución de responsabilidades que refuerza el papel del periodista como garantía del sentido, la calidad y la coherencia del mensaje radiofónico.

1.4. Implicaciones éticas y laborales en el contexto español

La incorporación de la IA en la radio española plantea implicaciones éticas y laborales que afectan al núcleo de la práctica periodística, al reactivar debates sobre responsabilidad editorial, transparencia y rendición de cuentas en entornos mediados por algoritmos (Dörr, 2016; Lindén, 2017). En particular, la transparencia hacia la audiencia emerge como un dilema central: si los contenidos informativos son generados, modificados o locutados por sistemas automatizados, el oyente debe conocer su origen, ya que la credibilidad puede verse condicionada cuando se identifica la automatización. En este sentido, el Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (Reglamento (UE) 2024/1689) refuerza esta orientación al establecer obligaciones de identificación y trazabilidad, consolidando el principio de que la automatización no exime de la responsabilidad editorial, que sigue recayendo en medios y profesionales.

En paralelo, los códigos deontológicos del periodismo español, como el Código Ético de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE, 2017), subrayan la veracidad, la honestidad informativa y la responsabilidad social del periodista. En este marco, el uso de voces sintéticas o sistemas generativos sin supervisión humana puede entrar en conflicto con estos principios si se prioriza la eficiencia económica sobre el rigor informativo, por lo que la transparencia tecnológica debe ir acompañada de control humano efectivo y responsabilidad editorial (Graefe, 2016; Hansen *et al.*, 2017).

En paralelo, la IA introduce retos laborales relevantes en la radio española, al incidir especialmente en tareas repetitivas o estandarizadas vinculadas a puestos intermedios y etapas de aprendizaje —documentación, edición básica o locución rutinaria— (De Lara *et al.*, 2022; Marconi *et al.*, 2017). Estas dinámicas alimentan la preocupación por la precarización del empleo y la reducción de oportunidades formativas en las redacciones.

No obstante, las percepciones profesionales recogidas en estudios recientes apuntan a un escenario más matizado. La IA se concibe mayoritariamente como un factor que acelera la transformación de los perfiles profesionales y redefine las competencias necesarias para el ejercicio del periodismo, más que como una amenaza inmediata de sustitución. En este contexto, las habilidades tecnológicas, la capacidad de supervisión editorial y el criterio ético emergen como elementos clave de empleabilidad y resiliencia profesional (De Lara *et al.*, 2022; Túnñez-López *et al.*, 2018).

En España, la adaptación a este entorno es desigual según generaciones y tipo de emisora: los perfiles séniores tienden a expresar mayor preocupación por la pérdida de control artesanal y el deterioro del empleo, mientras que los más jóvenes adoptan una postura más pragmática, valorando la IA por su potencial para mejorar la eficiencia y liberar tiempo para tareas de mayor valor añadido. Este patrón es coherente con

investigaciones que vinculan la aceptación de la automatización a procesos de socialización digital e integración organizativa.

La literatura subraya que los retos éticos y laborales de la IA requieren formación y regulación. La alfabetización tecnológica y ética resulta clave para una incorporación equilibrada en la radio española, protegiendo tanto los derechos profesionales como la confianza de la audiencia (Blanco Sánchez *et al.*, 2025). La IA aparece como un factor de transformación que exige decisiones editoriales conscientes y la reafirmación de los valores del periodismo radiofónico.

1.5. Hacia un modelo híbrido de producción radiofónica

La revisión de la literatura y el análisis del contexto profesional español apuntan de forma convergente hacia la consolidación de un modelo híbrido de producción radiofónica, caracterizado por la coexistencia entre la intervención humana y los sistemas automatizados en distintas fases del proceso comunicativo. Este modelo no supone una ruptura con las prácticas tradicionales del medio, sino una reconfiguración progresiva de las rutinas productivas, en la que la inteligencia artificial se integra como herramienta de apoyo bajo supervisión editorial.

La literatura sobre periodismo algorítmico coincide en señalar que la automatización tiende a implantarse de manera complementaria, más que sustitutiva. Dörr (2016) y Lindén (2017) subrayan que los sistemas de IA resultan especialmente eficaces en tareas repetitivas o intensivas en datos, mientras que las funciones vinculadas a la interpretación, la contextualización y la toma de decisiones éticas continúan dependiendo del criterio humano. En el ámbito radiofónico, esta lógica se traduce en una división funcional del trabajo que refuerza la noción de producción colaborativa.

En el contexto español, Blanco Sánchez *et al.* (2025) describen esta evolución como una forma de coproducción cognitiva, en la que los contenidos sonoros emergen de la interacción entre procesos algorítmicos y decisiones editoriales humanas. Este enfoque permite superar la dicotomía entre automatización y creatividad, situando la IA como un recurso que amplifica las capacidades productivas del periodista sin diluir su responsabilidad comunicativa.

Desde el punto de vista organizativo, el modelo híbrido implica una redistribución de competencias y una redefinición de los perfiles profesionales. Investigaciones recientes señalan la aparición de roles vinculados a la supervisión de sistemas, la validación de resultados automatizados y la curaduría de contenidos, sin que ello suponga la desaparición de las habilidades narrativas tradicionales (Graefe, 2016; Hansen *et al.*, 2017; Marconi *et al.*, 2017).

La aceptación de este modelo se vincula estrechamente con su sostenibilidad ética. De Lara *et al.* (2022) subrayan que la integración de la IA en las redacciones depende de la existencia de marcos normativos claros y de una cultura profesional orientada a la transparencia y la supervisión humana, al tratarse de decisiones editoriales que afectan directamente a la credibilidad del medio.

En relación con la dimensión sonora, la literatura específica advierte que la hibridación tecnológica no debe comprometer la identidad expresiva de la radio. Avilés Rodilla y Venier (2023) destacan la centralidad de la voz, el ritmo y la proximidad emocional como rasgos distintivos del medio, lo que explica que el uso de la IA resulte más aceptable cuando se orienta a tareas de apoyo y preserva la voz humana en los contenidos de valor editorial.

Finalmente, diversos autores insisten en que la transición hacia modelos híbridos debe ir acompañada de procesos de alfabetización tecnológica y ética, tanto en la formación universitaria como en la actualización profesional continua (López-García *et al.*, 2025). En este marco, el modelo híbrido de producción radiofónica puede entenderse como una oportunidad de innovación controlada, en la que la inteligencia artificial amplía las posibilidades productivas sin desplazar el papel central del periodista como mediador entre la tecnología y la audiencia.

Este enfoque sitúa la presente investigación en una perspectiva que combina análisis empírico y reflexión crítica, aportando evidencia sobre cómo profesionales y audiencias interpretan y negocian el proceso de hibridación tecnológica en el contexto radiofónico español.

2. OBJETIVOS

El objetivo general de esta investigación es analizar cómo los profesionales radiofónicos y la audiencia perciben la incorporación de la inteligencia artificial en el ecosistema radiofónico español, así como examinar de qué manera la automatización está transformando las rutinas profesionales, las tareas redaccionales y los procesos técnicos y sonoros del medio.

De este objetivo general se derivan los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los usos actuales de la IA en las emisoras radiofónicas españolas, diferenciando entre funciones instrumentales y usos con implicaciones editoriales.
2. Analizar las percepciones de profesionales y audiencia sobre el empleo de voces sintéticas, la automatización de contenidos y sus implicaciones éticas.
3. Evaluar las transformaciones percibidas en la estructura laboral, las competencias profesionales y los perfiles emergentes en el medio radiofónico.
4. Explorar cómo la incorporación de la IA convive con la preservación de la identidad, la credibilidad y la autenticidad sonora de la radio.

El enfoque de la investigación es exploratorio y de carácter mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas, en coherencia con el carácter emergente de la literatura académica sobre inteligencia artificial y radio en el contexto español. El trabajo empírico se desarrolló entre octubre de 2024 y marzo de 2025.

3. METODOLOGÍA

El presente estudio adopta un diseño metodológico mixto, de carácter exploratorio y no experimental, orientado a analizar las percepciones de los profesionales radiofónicos y de la audiencia española sobre la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el ecosistema radiofónico. La combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas permite abordar el fenómeno desde una perspectiva complementaria: por un lado, explorar en profundidad los discursos profesionales sobre la automatización y, por otro, contextualizar estas percepciones a partir de la opinión de la audiencia. El trabajo de campo se desarrolló entre octubre de 2024 y marzo de 2025.

3.1. Fase cuantitativa: encuesta a la audiencia

La fase cuantitativa consistió en una encuesta en línea autoadministrada, diseñada para analizar la percepción de la audiencia española sobre el uso de la IA en la radio, con especial atención a la aceptación de voces sintéticas, la credibilidad informativa y la valoración de la automatización en tareas radiofónicas.

La población objetivo estuvo compuesta por oyentes de radio y usuarios de internet residentes en España. La muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico por autoselección, dado que la participación fue voluntaria y abierta, una estrategia habitual en estudios exploratorios de comunicación digital. Este tipo de muestreo implica limitaciones en términos de representatividad estadística, que se reconocen explícitamente en el apartado de limitaciones del estudio.

La recogida de datos se realizó entre enero y febrero de 2025 a través de la plataforma Google Forms. El cuestionario se difundió exclusivamente por canales digitales (correo electrónico y redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn y X), con el objetivo de alcanzar perfiles diversos en términos de edad y hábitos de consumo mediático. Inicialmente se recibieron 2.743 respuestas. Tras un proceso de depuración que eliminó cuestionarios incompletos y posibles duplicados, la muestra final quedó constituida por 2.500 respuestas válidas ($n = 2.500$).

El instrumento de recogida de datos incluye elementos cerrados y escalas tipo Likert de cinco puntos, organizados en cuatro bloques:

- Hábitos de consumo radiofónico;
- Percepción del uso de IA en la radio;
- Aceptación de voces sintéticas;
- Variables sociodemográficas básicas.

Antes de su aplicación definitiva, el cuestionario fue sometido a una prueba piloto y una revisión por expertos en comunicación, con el fin de garantizar la claridad de los ítems y la validez de contenido. La confiabilidad interna de las escalas se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo valores iguales o superiores a 0,78, considerados adecuados para estudios en ciencias sociales. El cuestionario completo se incluye como Anexo 1.

3.2. Fase cualitativa: entrevistas a profesionales radiofónicos

La fase cualitativa se desarrolló con diez entrevistas semiestructuradas a profesionales del sector radiofónico español. La selección de los participantes se realizó mediante muestreo intencional, siguiendo criterios de diversidad profesional, generacional y organizativa, con el objetivo de captar una pluralidad de percepciones sobre la incorporación de la inteligencia artificial en la radio.

Los criterios de inclusión fueron: contar con un mínimo de cinco años de experiencia profesional, desempeñar distintos roles dentro del medio radiofónico y trabajar en emisoras públicas o privadas, tanto de ámbito nacional como autonómico o local/regional. Esta estrategia permitió recoger discursos procedentes de distintos niveles de la cadena de valor radiofónica, desde la producción y la locución hasta la gestión editorial y técnica.

Las entrevistas se realizaron de forma individual, entre octubre de 2024 y marzo de 2025, en modalidad telefónica, y tuvieron una duración media de 45 minutos. Todas fueron grabadas con consentimiento informado, transcritas de manera literal y posteriormente anonimizadas para garantizar la confidencialidad de los participantes. En el texto, los entrevistados se identifican mediante códigos alfanuméricos (E1–E10).

Tabla 1.

Caracterización anonimizada de los profesionales entrevistados

Código	Rol profesional	Tipo de emisora	Adscripción	Años de experiencia	Generación
E1	Locutor/redactor	Pública nacional	Pública	>20	Sénior
E2	Redactor	Privada nacional	Privada	10–15	Intermedia
E3	Locutor	Pública nacional	Pública	>20	Sénior
E4	Productor	Privada local/regional	Privada	5–10	Joven
E5	Técnico de sonido	Pública nacional	Pública	>15	Sénior
E6	Redactor/locutor	Privada nacional	Privada	5–10	Joven
E7	Editor de contenidos digitales	Privada nacional	Privada	10–15	Intermedia
E8	Responsable de programas	Pública autonómica	Pública	>20	Sénior
E9	Locutor	Privada local/regional	Privada	10–15	Intermedia
E10	Redactor	Pública autonómica	Pública	5–10	Joven

Fuente: Elaboración propia.

La adscripción institucional (pública/privada) se incluye con el fin de contextualizar las declaraciones y facilitar la interpretación de los discursos, manteniendo el anonimato de los participantes. La selección de estos perfiles respondió a la voluntad de maximizar la diversidad de roles, trayectorias profesionales y tipos de emisora, con el fin de analizar cómo la inteligencia artificial es percibida desde posiciones diferenciadas dentro del ecosistema radiofónico español. Esta diversidad resulta especialmente relevante para abordar la transformación de las rutinas profesionales, dado que la incorporación de herramientas automatizadas no afecta de manera homogénea a todas las funciones ni a todos los contextos organizativos.

Asimismo, la inclusión de profesionales de distintas generaciones permite explorar la existencia de diferencias generacionales en la percepción y uso de la inteligencia artificial, un aspecto identificado como relevante tanto en la literatura académica como en los resultados del presente estudio.

El guion de entrevista se estructuró en cinco bloques temáticos:

1. percepción general de la inteligencia artificial;
2. usos concretos en la producción y la locución radiofónica;
3. transformación de tareas y adaptación profesional;
4. implicaciones éticas y laborales;
5. Expectativas sobre el futuro de la radio en España.

El cuestionario completo se incluye como Anexo 2.

3.3. Análisis de los datos

Los datos cuantitativos se analizaron mediante estadística descriptiva, prestando especial atención a la distribución de frecuencias, porcentajes y diferencias según grupos de edad. Los resultados se presentan de forma sistemática mediante tablas y figuras, indicando siempre valores absolutos (n) y porcentajes (%).

El análisis de las entrevistas se llevó a cabo mediante análisis temático, siguiendo el enfoque propuesto por Braun y Clarke (2006). El procedimiento incluyó una codificación inicial abierta, la agrupación de códigos en categorías temáticas y la identificación de patrones transversales. Se combinaron categorías deductivas, derivadas del marco teórico (por ejemplo, autenticidad, ética, eficiencia, empleo), con categorías emergentes surgidas del discurso de los participantes.

Finalmente, se realizó una triangulación entre los resultados cualitativos y cuantitativos, así como con la literatura revisada, con el objetivo de reforzar la consistencia interpretativa del estudio. El análisis no persiguió cuantificar la frecuencia de las opiniones, sino comprender los significados y tensiones que configuran las percepciones profesionales y sociales sobre la IA en la radio española.

4. RESULTADOS

Los resultados se presentan diferenciando claramente entre los hallazgos cualitativos, derivados de las entrevistas a profesionales radiofónicos, y los resultados cuantitativos, obtenidos a partir de la encuesta aplicada a la audiencia (n = 2.500). Esta separación permite distinguir entre discursos profesionales y percepciones sociales, evitando solapamientos interpretativos.

4.1. Resultados cualitativos: percepciones de los profesionales radiofónicos

Los resultados cualitativos muestran una percepción diferenciada del impacto de la inteligencia artificial en la radio española en función de los ámbitos de aplicación.

Mientras que el uso de la IA en tareas instrumentales —como la redacción asistida, la documentación o la mejora técnica del audio— es mayoritariamente aceptado, la utilización de voces sintéticas en contextos informativos genera un rechazo amplio y transversal entre los profesionales entrevistados.

En relación con las voces sintéticas, nueve de los diez entrevistados expresan una postura claramente contraria a su uso en noticias o programas de actualidad, con independencia de la titularidad de la emisora. Esta oposición se fundamenta en la asociación entre voz humana, credibilidad y autenticidad comunicativa. Un locutor sénior de una emisora pública nacional lo expresa de forma explícita: “La voz es credibilidad. Puedes tener una voz artificial perfecta, pero no transmitir lo mismo que una persona” (E3, comunicación personal, 15 de diciembre de 2024). De manera similar, un locutor de una emisora privada local/regional señala: “Para un boletín informativo no lo veo. El oyente quiere saber que hay una persona detrás, no una máquina” (E9, comunicación personal, 5 de noviembre de 2024).

Varios entrevistados advierten del riesgo de “deshumanizar” la relación con la audiencia y de erosionar la esencia del medio radiofónico. E5 (comunicación personal, 25 de marzo de 2025) afirma que “no me gusta, en líneas generales” y alerta de una amenaza clara “si el criterio económico se impone al periodístico” (E5, comunicación personal, 25 de marzo de 2025), mientras que E6 (comunicación personal, 10 de noviembre de 2024) califica como “poco ético” el uso sustitutivo de voces sintéticas, especialmente en emisoras con menos recursos. Estas preocupaciones se extienden al impacto laboral, en particular sobre las oportunidades de aprendizaje de los profesionales noveles.

No obstante, algunos entrevistados reconocen usos secundarios aceptables de las voces sintéticas fuera del ámbito informativo. Un productor de una emisora privada local/regional matiza: “Para promociones, pruebas o servicios automáticos puede tener sentido, pero siempre avisando de que no es una voz humana” (E4, comunicación personal, 29 de octubre de 2024). En esta misma línea, ciertos perfiles consideran que la IA podría emplearse en segmentos altamente estandarizados, aunque advierten de los riesgos asociados a la homogeneización estilística y posibles sesgos algorítmicos.

Frente al rechazo a la locución automatizada, los entrevistados muestran una valoración significativamente más positiva del uso de la IA en tareas de redacción asistida, búsqueda de información y documentación. Varios profesionales reconocen emplear sistemas automatizados para elaborar borradores, resumir textos o reorganizar información. Un redactor-locutor joven de una emisora privada nacional explica: “Si un generador de texto me ayuda a resumir una noticia, aprovecho ese tiempo para buscar una historia mejor” (E6, comunicación personal, 10 de noviembre de 2024), mientras que E1 (comunicación personal, 7 de noviembre de 2024) subraya que estos sistemas solo resultan útiles como “apoyo inicial”, siempre que el texto final sea supervisado por el periodista.

La documentación y recuperación de archivos sonoros aparece como uno de los ámbitos con mayor aceptación del uso de IA. Herramientas de transcripción automática e indexación de contenidos son valoradas por su capacidad para reducir tiempos y

facilitar el acceso a materiales complejos. Un técnico de sonido de una emisora pública nacional destaca que “antes podías tardar horas en localizar un corte concreto; ahora lo tienes en minutos” (E5, comunicación personal, 25 de marzo de 2025), y E8 (comunicación personal, 10 de febrero de 2025) señala que estos sistemas “ayudan mucho en programas con archivo o memoria histórica, sin afectar al contenido editorial”.

Asimismo, la mejora de audio y la posproducción sonora constituyen un ámbito de uso creciente de la IA. Los entrevistados mencionan aplicaciones orientadas a la limpieza de ruido, la ecualización automática o la corrección de errores técnicos, especialmente útiles en contextos de producción acelerada. E4 (comunicación personal, 29 de octubre de 2024) afirma que “para quitar ruidos o mejorar una grabación deficiente, la IA ahorra mucho tiempo”, mientras que E9 (comunicación personal, 5 de noviembre de 2024) considera que estas herramientas “mejoran la calidad final sin tocar el contenido ni la voz”. No obstante, algunos profesionales advierten de que una dependencia excesiva de estos sistemas puede contribuir a la estandarización del sonido radiofónico, por lo que insisten en la necesidad de mantener criterios editoriales y expresivos definidos por el equipo humano.

El análisis temático revela, además, una brecha generacional en la interpretación de la automatización. Los perfiles séniores expresan mayores reservas, vinculadas a la pérdida de aprendizajes artesanales y la precarización del empleo. Como señala E1 (comunicación personal, 7 de noviembre de 2024), “los jóvenes ya no pasan por la fase de cortar cinta o montar a mano, donde se aprenderá el ritmo del sonido”. Por el contrario, los profesionales más jóvenes adoptan una postura más pragmática. E6 (comunicación personal, 10 de noviembre de 2024) afirma: “No tengo miedo a la IA; la veo como un atajo”, y E10 (comunicación personal, 28 de enero de 2025) considera que “aprender a usar la IA es tan básico hoy como aprender a editar audio hace veinte años”.

Pese a estas diferencias, existe un consenso amplio en torno a la necesidad de supervisión humana y transparencia. La dimensión ética atraviesa de manera transversal los discursos profesionales. Un editor de contenidos digitales de una emisora privada nacional resume esta preocupación al afirmar: “La última palabra siempre tiene que ser de una persona” (E7, comunicación personal, 26 de febrero de 2025), mientras que E2 (comunicación personal, 24 de octubre de 2024) advierte: “Si una voz sintética lee un editorial, el oyente tiene derecho a saberlo”. Asimismo, varios entrevistados expresan inquietud por el impacto de la automatización en puestos intermedios y en las fases de aprendizaje profesional, aunque algunos reconocen la posible emergencia de nuevos perfiles vinculados a la supervisión y verificación de contenidos automatizados.

4.2. Resultados cuantitativos: percepción de la audiencia

Los resultados cuantitativos proceden de una encuesta en línea aplicada a 2.500 oyentes de radio residentes en España. El cuestionario incluyó una batería de ítems formulados en escala Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo), orientados a medir la percepción de la audiencia sobre el uso

de la IA en la producción radiofónica, la aceptación de las voces sintéticas y la credibilidad asociada a distintos usos de la automatización.

La muestra no fue ponderada, por lo que los resultados deben interpretarse como indicativos de tendencias y asociaciones internas, y no como estimaciones representativas de la población general de oyentes de radio en España.

4.2.1. Perfil sociodemográfico de la muestra

La distribución por edad de la muestra se presenta en la Tabla 2. Se observa una mayor concentración de participantes en los tramos intermedios, especialmente entre los 30 y 44 años, lo que resulta coherente con el perfil de oyentes activos y usuarios de plataformas digitales a través de las cuales se difundió el cuestionario.

Tabla 2.

Distribución de la muestra por edad (audiencia, n = 2.500)

Variable	Categoría	norte	%
Edad	18–29	620	24,8
Edad	30–44	940	37,6
Edad	45–59	670	26,8
Edad	≥60	270	10,8

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta caracterización, se presentan a continuación los resultados relativos a la preferencia por tipo de voz, la credibilidad informativa y la aceptación del uso de la inteligencia artificial en la radio, así como las diferencias observadas en función de la edad.

Los resultados de la encuesta aplicada a 2.500 oyentes permiten contextualizar los discursos profesionales desde la perspectiva de la audiencia radiofónica española.

4.2.2. Preferencia por tipo de voz

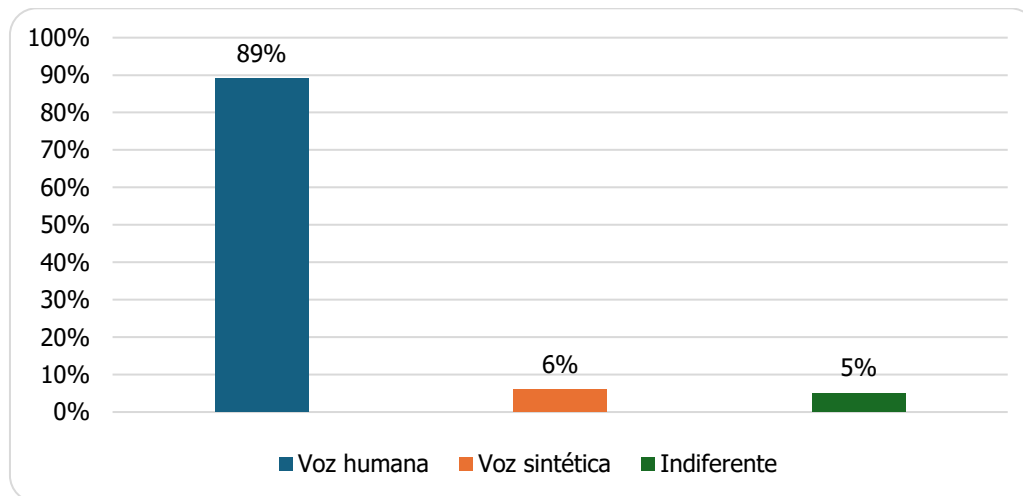
La preferencia por la voz humana se recoge de manera consistente en varios ítems del cuestionario, especialmente en la afirmación: "Prefiero escuchar programas de radio donde todos los locutores son humanos" (ítem 6 del cuestionario dirigido a la audiencia).

El 89 % de los encuestados (n = 2.225) se sitúa en las categorías de "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo", frente a un 6 % (n = 150) que manifiesta desacuerdo y un 5 % (n = 125) que adopta una posición neutral.

Estos resultados evidencian una clara inclinación de la audiencia hacia la locución humana como rasgo distintivo del medio radiofónico, tal y como se representa en la Figura 1.

Figura 1.

Preferencia por tipo de voz en la radio



Fuente: Elaboración propia.

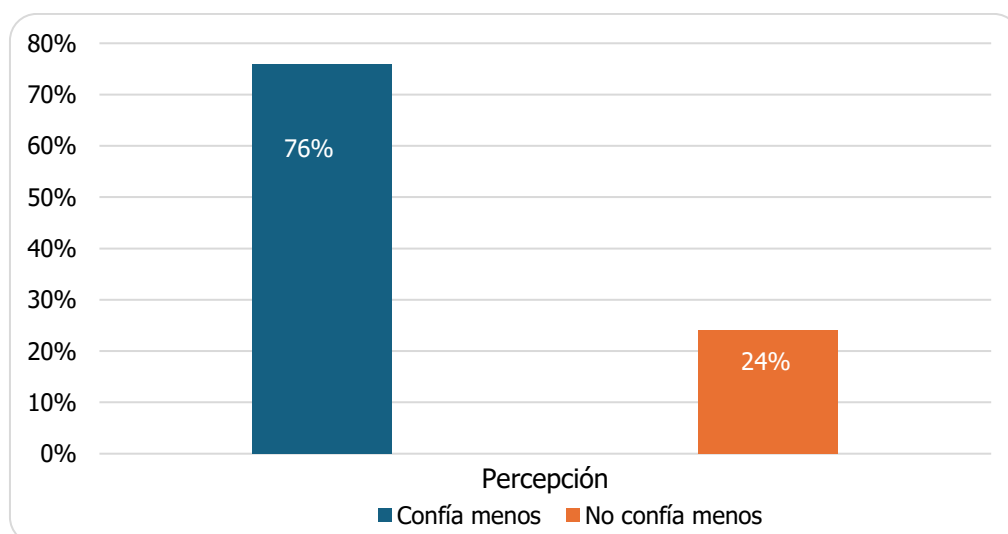
4.2.3. Credibilidad informativa

La relación entre voz artificial y credibilidad se analiza a partir del ítem "Confiaría menos en un noticiero de radio si estuviera locutado por una voz generada por inteligencia artificial" (ítem 4). Los resultados muestran que el 76 % de los participantes (n = 1.900) se declara "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo" con esta afirmación. Un 14 % (n = 350) adopta una postura neutral, mientras que solo un 10 % (n = 250) manifiesta "desacuerdo".

La Figura 2 sintetiza gráficamente estos resultados, que refuerzan la asociación entre voz humana y credibilidad informativa desde la perspectiva de la audiencia.

Figura 2.

Credibilidad informativa percibida para con la voz artificial



Fuente: Elaboración propia.

4.2.4. Aceptación de la IA como herramienta de apoyo

Frente al rechazo a la locución automatizada, la audiencia muestra una aceptación más matizada del uso de la IA en tareas instrumentales. El ítem 5: “El uso de IA en la radio puede ser positivo si se limita a tareas de apoyo (transcripción, edición, archivo)” obtiene un 37 % de respuestas favorables (n = 925), situadas en las categorías de acuerdo. Un 22 % (n = 550) se mantiene neutral, mientras que un 41 % (n = 1.025) expresa desacuerdo.

Estos resultados indican que la aceptación de la IA depende de su grado de visibilidad y de su función dentro del proceso comunicativo, diferenciándose claramente entre usos técnicos y funciones editoriales o expresivas.

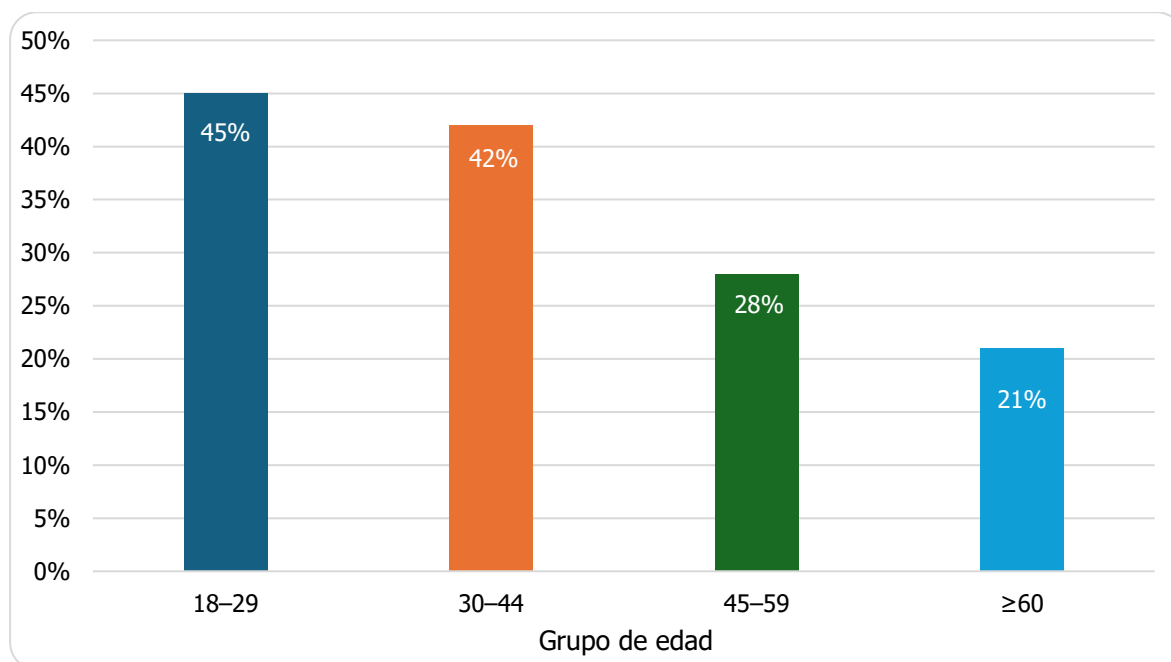
4.2.5. Diferencias generacionales en la audiencia

Con el fin de contrastar empíricamente la existencia de una brecha generacional en la aceptación de la IA, se analizó la relación entre los grupos de edad y el nivel de acuerdo con el ítem 5. Para ello, las respuestas en escala Likert fueron recodificadas en tres categorías: desacuerdo (1–2), neutral (3) y acuerdo (4–5).

Los resultados descriptivos muestran que la aceptación del uso de la IA como herramienta de apoyo alcanza el 45 % entre los oyentes de 18 a 29 años (n = 279) y el 42 % entre los de 30 a 44 años (n = 395), mientras que desciende al 28 % en el grupo de 45 a 59 años (n = 188) y al 21 % entre los mayores de 60 años (n = 57). Estas diferencias se representan en la Figura 3.

Figura 3.

Aceptación del uso de IA en radio por grupos de edad



Fuente: Elaboración propia.

Para evaluar la significación estadística de estas diferencias, se realizó una prueba de chi-cuadrado de independencia, que mostró una asociación estadísticamente significativa entre la edad y la aceptación del uso de la IA, χ^2 (df = 3, n = 2.500) = 96,42; $p < .001$. El tamaño del efecto, medido mediante el coeficiente V de Cramer, fue $V = .20$, lo que indica una asociación de magnitud pequeña a moderada. Este resultado confirma empíricamente la existencia de una brecha generacional en la percepción de la inteligencia artificial en el ámbito radiofónico.

5. DISCUSIÓN

Los hallazgos permiten profundizar en la comprensión de cómo la IA está siendo incorporada y resignificada en el ecosistema radiofónico español desde la perspectiva de los profesionales y de la audiencia. Los resultados confirman que la IA es percibida mayoritariamente como una herramienta instrumental de apoyo, más que como un agente de sustitución del trabajo periodístico, lo que refuerza los planteamientos centrales de la literatura sobre periodismo algorítmico y automatización mediática (Dörr, 2016; Graefe, 2016; Lindén, 2017).

En relación con el primer objetivo, orientado a identificar los usos atribuidos a la IA en la radio, los resultados muestran una clara convergencia entre profesionales y audiencia. Tanto las entrevistas como los ítems del cuestionario evidencian una aceptación selectiva de la automatización en tareas técnicas y documentales —transcripción, edición de audio o gestión de archivos sonoros—, en línea con investigaciones que sitúan la implantación de la IA en fases de bajo valor creativo de la producción informativa, donde optimiza tiempos sin alterar los principios editoriales del medio (Marconi *et al.*, 2017; De Lara *et al.*, 2022).

Por el contrario, el rechazo a las voces sintéticas en contextos informativos realza el valor de la voz humana en la radio. Los elevados niveles de acuerdo con los ítems que vinculan la locución artificial con una menor credibilidad, junto con los discursos cualitativos que asocian la voz humana con autenticidad y presencia, refuerzan enfoques teóricos que conciben la voz como un elemento identitario difícilmente sustituible por sistemas automatizados (Avilés Rodilla y Venier, 2023; Chaparro Domínguez, 2024). La coincidencia entre percepciones profesionales y sociales sugiere la existencia de un pacto comunicativo implícito en torno a la voz radiofónica, cuya alteración podría erosionar la confianza en el medio.

Desde una perspectiva ética, los resultados indican que las principales preocupaciones no se dirigen a la tecnología en sí misma, sino a las condiciones de su uso. La insistencia en la transparencia, la identificación de contenidos automatizados y la supervisión humana constante se alinea con los principios de responsabilidad algorítmica defendidos en la literatura reciente (Diakopoulos, 2019). En este sentido, el marco normativo europeo (Reglamento (UE) 2024/1689) refuerza esta orientación al establecer obligaciones de trazabilidad e identificación, situando a las organizaciones radiofónicas ante el reto de integrar la IA sin diluir la responsabilidad editorial.

Uno de los aportes más relevantes del estudio es la verificación empírica de una brecha generacional en la aceptación de la IA. El análisis estadístico confirma una asociación significativa entre la edad y su aceptación como herramienta de apoyo, lo que respalda investigaciones que vinculan la adopción de tecnologías automatizadas con los procesos de socialización digital y la experiencia tecnológica previa (van Dalen, 2012; Túnñez-López *et al.*, 2018). La convergencia entre resultados cuantitativos y discursos cualitativos refuerza la interpretación de esta brecha como un factor estructural en la adopción de la IA.

En el plano laboral, los resultados sugieren que la automatización no elimina el trabajo periodístico, pero sí redefine los perfiles profesionales. La creciente preponderancia de funciones de supervisión, validación y criterio editorial confirma la transición hacia modelos híbridos de producción radiofónica, en los que la inteligencia humana y la artificial coexisten de manera complementaria, en línea con la noción de coproducción cognitiva propuesta por Blanco Sánchez *et al.* (2025).

Desde una perspectiva metodológica, la convergencia entre resultados cualitativos y cuantitativos refuerza la validez interpretativa del estudio, aunque el uso de un muestreo no probabilístico y el carácter exploratorio del diseño aconsejan cautela en la generalización de los resultados. No obstante, la coherencia entre discursos profesionales y percepciones de la audiencia aporta consistencia a las tendencias identificadas.

La IA emerge como un factor de transformación gradual y negociada en la radio española. Lejos de una automatización plena, el escenario que se perfila es el de una hibridación controlada, condicionada por valores profesionales, expectativas de la audiencia y marcos regulatorios emergentes. El impacto de la IA depende así menos de las capacidades técnicas de los sistemas que de las decisiones editoriales, éticas y organizativas que acompañan a su adopción.

6. CONCLUSIONES

El objetivo general de esta investigación fue analizar las percepciones de los profesionales radiofónicos españoles y de la audiencia sobre la incorporación de la IA en el ecosistema radiofónico, atendiendo a sus usos actuales, a los cambios percibidos en las rutinas profesionales y a los dilemas éticos y laborales asociados. A la luz de los resultados obtenidos, puede afirmarse que este objetivo se ha cumplido de manera satisfactoria.

En relación con el primer objetivo específico, orientado a identificar los usos atribuidos a la IA en la radio, los resultados evidencian una aceptación mayoritaria de la IA como herramienta instrumental de apoyo. Tanto profesionales como audiencia consideran adecuados los usos vinculados a tareas técnicas y documentales, como la transcripción, la edición de audio o la gestión de archivos sonoros, siempre que estos procesos se desarrollen bajo supervisión humana. Este hallazgo confirma que la automatización se integra de forma selectiva y pragmática en las rutinas radiofónicas, sin desplazar las funciones centrales del periodista.

El segundo objetivo, centrado en analizar las percepciones sobre las voces sintéticas y su impacto en la credibilidad, permite concluir que existe un rechazo ampliamente compartido a su uso en contextos informativos. Los datos cuantitativos y los discursos profesionales coinciden en señalar que la voz humana continúa siendo un elemento clave de autenticidad, identidad y confianza en la radio española. Este resultado confirma que la automatización encuentra límites simbólicos y culturales en el medio radiofónico cuando afecta a elementos expresivos centrales como la locución.

Respecto al tercer objetivo, relativo a los dilemas éticos y laborales asociados a la incorporación de la IA, el estudio pone de manifiesto que las principales preocupaciones no se dirigen a la tecnología en sí misma, sino a las condiciones de su implementación. La transparencia hacia la audiencia, la supervisión humana constante y la preservación de la responsabilidad editorial emergen como principios irrenunciables para una integración ética de la IA. En el plano laboral, los resultados indican una percepción generalizada de transformación de los perfiles profesionales más que de sustitución directa, confirmando una redefinición del rol del periodista radiofónico en clave de criterio editorial, mediación ética y validación de procesos automatizados.

Asimismo, el análisis ha permitido identificar una brecha generacional significativa tanto entre los profesionales como en la audiencia, lo que responde al objetivo de explorar diferencias en la aceptación de la inteligencia artificial. Los perfiles más jóvenes muestran una mayor disposición a integrar estas herramientas en la práctica cotidiana, mientras que los profesionales séniores adoptan una actitud más cautelosa, vinculada a la defensa del oficio y de los aprendizajes tradicionales.

En conjunto, los resultados permiten afirmar que la IA no está provocando una automatización plena del medio radiofónico español, sino una hibridación progresiva y negociada de los procesos de producción. Este modelo híbrido se configura como el escenario más plausible a corto y medio plazo, condicionado por valores profesionales, expectativas de la audiencia y marcos regulatorios emergentes.

6.1. Limitaciones del estudio

Como toda investigación de carácter exploratorio, este estudio presenta una serie de limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados. En primer lugar, la fase cuantitativa se basa en un muestreo no probabilístico por autoselección, lo que impide generalizar los resultados al conjunto de la población de oyentes de radio en España. Aunque el tamaño muestral es elevado ($n = 2.500$), la participación voluntaria y la difusión digital del cuestionario pueden haber introducido sesgos de cobertura y motivación.

En segundo lugar, el número de entrevistas realizadas en la fase cualitativa es limitado, si bien resulta coherente con el enfoque exploratorio del estudio. Aun cuando la diversidad de perfiles profesionales permite recoger una pluralidad de discursos, el diseño no permite extrapolar los resultados cualitativos a la totalidad del sector radiofónico.

Por último, la investigación se centra en percepciones y discursos de profesionales y audiencia, y no en la observación directa de rutinas productivas ni en el análisis técnico de las herramientas de inteligencia artificial empleadas por las emisoras. En consecuencia, los resultados reflejan interpretaciones y valoraciones subjetivas sobre la automatización, más que una medición objetiva de su impacto real en los procesos de producción radiofónica.

7. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos y teniendo en cuenta las limitaciones metodológicas del estudio, se proponen las siguientes recomendaciones, directamente vinculadas a los hallazgos de la investigación.

En primer lugar, se recomienda que las organizaciones radiofónicas españolas desarrollen protocolos claros de uso de la IA, especialmente en lo relativo a la identificación de contenidos automatizados y a la delimitación de responsabilidades editoriales. La transparencia hacia la audiencia se perfila como un elemento clave para preservar la confianza en el medio, particularmente en contextos informativos.

En segundo lugar, se recomienda reforzar la formación técnica y ética de los profesionales, tanto en la universidad como en la actualización continua en las redacciones. Los resultados sugieren que la aceptación de la IA depende en gran medida de la capacidad para comprender y supervisar los sistemas automatizados, por lo que la alfabetización tecnológica debe incorporar también reflexión ética y criterio editorial.

En el plano laboral, conviene atender específicamente al impacto de la automatización en las etapas de aprendizaje y en los puestos intermedios. Mantener espacios formativos donde se consoliden competencias narrativas, sonoras y editoriales resulta clave para la sostenibilidad del oficio radiofónico.

Desde una perspectiva investigadora, se recomienda desarrollar estudios longitudinales que analicen la evolución de las percepciones de profesionales y audiencia conforme se consolide el marco normativo europeo y se generalice el uso de IA en la radio. Asimismo, investigaciones comparativas entre emisoras públicas y privadas, o entre distintos países, permitirían identificar patrones diferenciados de adopción.

Por último, conviene profundizar en la dimensión sonora y expresiva en entornos automatizados, examinando cómo la hibridación tecnológica incide en la narrativa, la creatividad y la identidad del medio, con el fin de comprender mejor el papel de la IA en el futuro del periodismo radiofónico.

8. REFERENCIAS

Avilés Rodilla, C. y Venier, E. (2023). Radio e inteligencia artificial. Sistematización y caracterización de aplicaciones y prestaciones. *Revista Latinoamericana de*

Ciencias de la Comunicación, 22(44).
<https://doi.org/10.55738/alaic.v22i44.1042>

Bazán-Gil, V., Pérez-Cernuda, C., Marroyo-Núñez, N., Sampedro-Canet, P. y De-Ignacio-Ledesma, D. (2021). Inteligencia artificial aplicada a programas informativos de radio: estudio de caso de segmentación automática de noticias en RNE. *Profesional de la información*, 30(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.20>

Blanco Sánchez, T., Martín Pena, D. y Ortiz Sobrino, M. Á. (2025). El Impacto de la Inteligencia Artificial en los Perfiles Profesionales de la Industria Radiofónica. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-17.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-486>

Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Clerwall, C. (2014). Enter the Robot Journalist: Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*, 8(5), 519-531.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.883116>

Código Deontológico [Asamblea General de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España]. 22 de abril de 2017 (España).
<https://fape.es/home/codigo-deontologico-1/>

Chaparro Domínguez, M. Á. (2024). El impacto de la IA en los contenidos periodísticos sonoros. En S. Parrat Fernández, J. Mayoral Sánchez y M. Á. Chaparro Domínguez (Eds.), *Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales* (pp. 119-139). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
<https://doi.org/10.52495/c5.emcs.25.p108>

van Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700-722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>

Gómez López, C. (2024). Estudio del impacto generado en la audiencia por 'Hiperia', el primer contenido audiovisual creado por IA en España para Radio 3 Extra, la plataforma de contenidos exclusivos para app y web de Radio 3. En A. Dafonte-Gómez y M. I. Míguez González (Coords.), *Comunicación digital en la era de la inteligencia artificial* (pp. 799-822). Dykinson.

- Graefe, A. (2016). *Guide to Automated Journalism*. Tow Center for Digital Journalism. <https://doi.org/10.7916/D80G3XDJ>
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M. y King, G. (2017). *Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism*. Tow Center for Digital Journalism y Brown Institute for Media Innovation. <https://doi.org/10.7916/D8X92PRD>
- de Lara, A., García-Avilés, J.-A. y Arias-Robles, F. (2022). Implantación de la inteligencia artificial en los medios españoles: percepciones de los profesionales. *Textual y Visual Media*, 1(15), 1-16. <https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.001>
- Lindén, C.-G. (2017). Algorithms for journalism: The future of news work. *The Journal of Media Innovations*, 4(1), 60-76. <https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420>
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A.-I. y Casás, J. (2025). Lecciones aprendidas de treinta años de transformación digital en el periodismo: se necesita más planificación y menos improvisación. *Infonomy*, 3(1), 1-29. <https://doi.org/10.3145/infonomy.25.001>
- Marconi, F., Siegman, A. y Machine Journalist. (2017). *The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines*. Associated Press. https://web.archive.org/web/20170406144845/https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf
- Reglamento (UE) 2024/1689 [Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea]. Por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial y por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 300/2008, (UE) nº 167/2013, (UE) nº 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 y (UE) 2019/2144 y las Directivas 2014/90/UE, (UE) 2016/797 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Inteligencia Artificial). 13 de junio de 2024. Diario Oficial de la Unión Europea No. 1689. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-81079>
- Ribes Guardia, X., Monclús Blanco, B. y Terol-Bolinches, R. (2025). Usos de la inteligencia artificial en el ciclo de un producto radiofónico: modelo para la clasificación de herramientas IA. *Revista de Comunicación*, 24(1), 455-474. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3709>

Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I. y Latuheru, R. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. *Journalism and Media*, 5(4), 1554-1570. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097>

Túñez-López, J. M., Toural-Bran, C. y Cacheiro-Requeijo, S. (2018). Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción de los periodistas en España. *El profesional de la información*, 27(4), 750-758. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación no recibió financiación externa.

Agradecimientos: No procede.

Conflicto de intereses: No los hay.

AUTOR/ES:

Concepción Gómez López

Filiación: Universidad de Vigo

Licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo. Tras ejercer su actividad profesional en diversos medios escritos y audiovisuales, actualmente es profesora e investigadora Ayudante Doctora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Vigo donde imparte docencia de Comunicación Radiofónica en los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual. Sus líneas de investigación son el tratamiento informativo de las crisis en los medios de comunicación, la Radio y los podcasts, debates electorales, entre otros aspectos.

cogomez@uvigo.gal

Índice H: 6

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3243-9427>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=uuO5lgQAAAAJ&hl=es&oi=sra>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Concepcion-Lopez-6>

Academia.edu: <https://uvigo.academia.edu/ConchaG%C3%B3mez>

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Braza Delgado, R. (2026). Inteligencia artificial y publicidad digital: discursos persuasivos y ciudadanía en la investigación científica. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 31, 1-28. <https://doi.org/10.35742/rcci.2026.31.e351>
- González Gutiérrez, E. A. (2025). Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Radios Universitarias y Públicas: Una Revisión Multidimensional del Acceso, Operación y Marco Ético en los Procesos Productivos. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(3), 2447-2468. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4123>
- Puertollano Galán, V. y Castro-Díaz, M. (2025). La inteligencia artificial en la creación artística: innovación, homogeneidad y desafíos de la originalidad. *Vivat Academia*, 158, 1-17. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1608>
- Rodríguez-Torres, Ángel F. y Boillos-Pereira, M. M. (2025). La inteligencia artificial desde la mirada de los estudiantes universitarios. *European Public & Social Innovation Review*, 11, 1-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-1895>
- Sánchez, I. M. M. (2026). Percepción de la inteligencia artificial aplicada al periodismo en los podcast españoles: el discurso metaperiodístico en los audios de radio, prensa y ámbitos vinculados al periodismo. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 21-45. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n42a2702>