



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos

**Alexis Apablaza-Campos**

Sesión Máster Universitario en Comunicación Digital  
Alicante, 7 de marzo de 2024

# Créditos

- Título: *Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos*
  - *Journalism and AI: SEO experiences in content positioning* [en]
- Por Alexis Apablaza-Campos
- Contexto: sesión como profesor invitado del Máster Universitario en Comunicación Digital Universidad de Alicante (España)
- Primera edición en este formato: 7 de marzo de 2024
- Esta obra se publica bajo una licencia Creative Commons:  
[CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

# Resumen y palabras clave [es]

- Resumen

- Definiciones sobre inteligencia artificial, herramientas generativas y vínculos con el posicionamiento web.
- Experiencias de generación de contenidos periodísticos mediante IA.
- Casos de estudios de medios de comunicación empleando inteligencia artificial.

- Palabras clave

- ChatGPT, inteligencia artificial, IA, inteligencia artificial generativa, SEO, medios digitales, medios de comunicación.

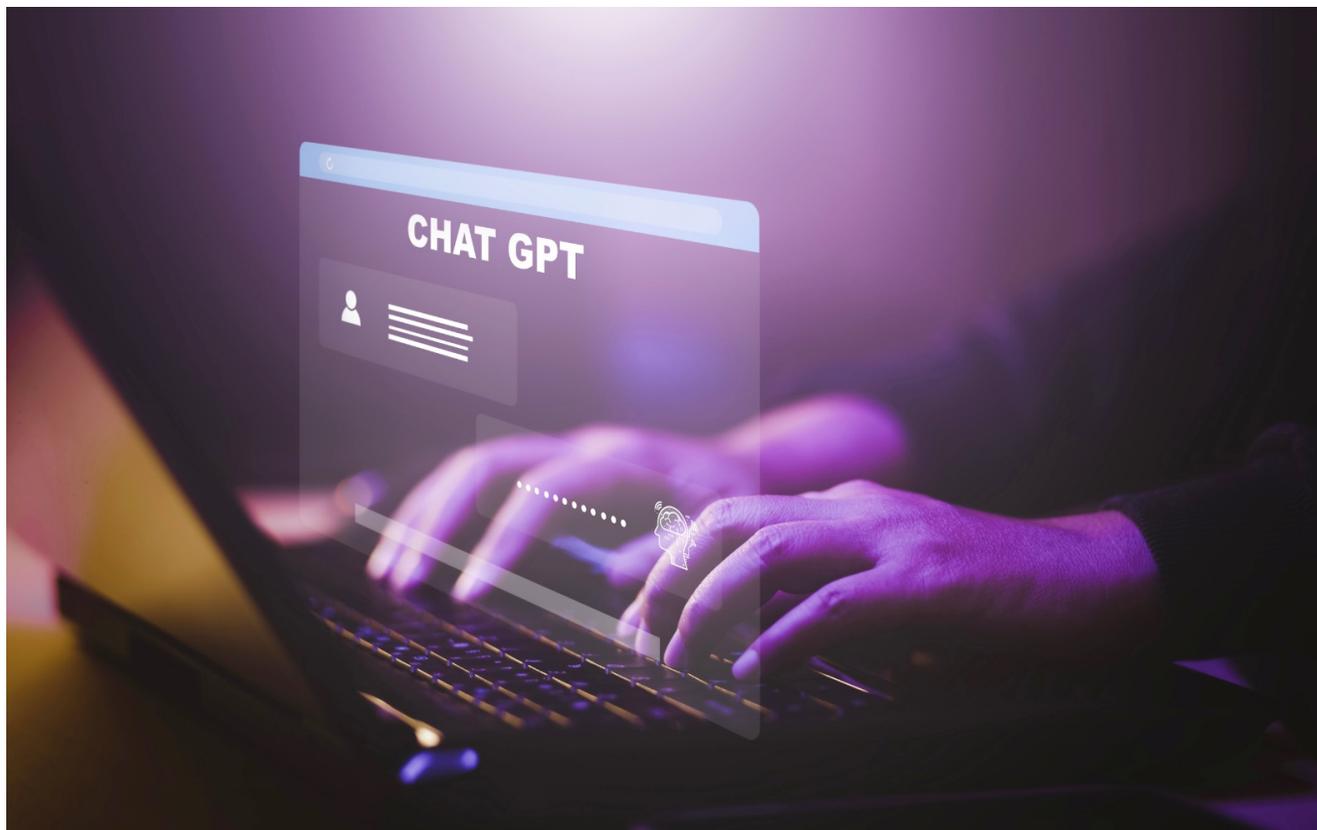
# Abstract and keywords [en]

- Abstract
  - Definitions of artificial intelligence, generative tools, and their connections with web positioning.
  - Experiences in generating journalistic content through AI.
  - Case studies of media outlets using artificial intelligence.
- Keywords
  - ChatGPT, artificial intelligence, AI, generative artificial intelligence, GenAI, SEO, Search Engine Optimization, digital news media, media outlets.

# Tabla de contenido

- 1. Conceptualizaciones iniciales**
- 2. Experiencias periodísticas con IA**
- 3. Casos de estudio: *Infobae* y *CNET Money***
- 4. Conclusiones principales**
- 5. Referencias bibliográficas**

# *De la IA a ChatGPT*



# ¿Qué es la inteligencia artificial?

Fuente: [Google Cloud](#)

- La inteligencia artificial es un campo de la ciencia relacionado con la creación de computadoras y máquinas que pueden razonar, aprender y actuar de una manera que normalmente requeriría inteligencia humana o que involucre datos cuya escala exceda lo que los humanos pueden analizar.
- La IA es un campo amplio que abarca muchas disciplinas diferentes, incluidas la informática, el análisis de datos y las estadísticas, la ingeniería de hardware y software, la lingüística, la neurociencia y hasta la filosofía y la psicología.
- A nivel operativo para el uso empresarial, la IA es un conjunto de tecnologías que se basan principalmente en el aprendizaje automático y el aprendizaje profundo, que se usan para el análisis de datos, la generación de predicciones y previsiones, la categorización de objetos, el procesamiento de lenguaje natural, las recomendaciones, la recuperación inteligente de datos y mucho más.



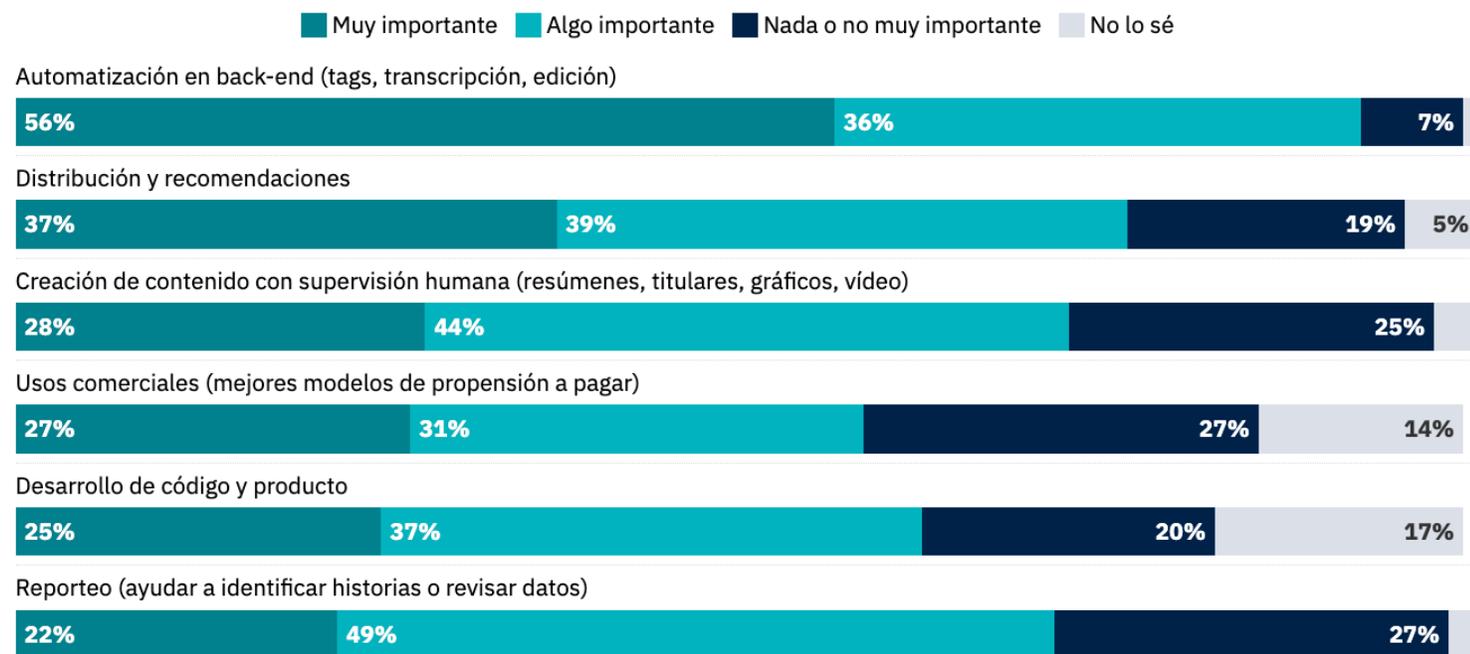
# La automatización de contenidos

- Habitualmente las experiencias de automatización de contenidos se definen como parte de la inteligencia artificial.
- Sin embargo, existe una importante diferencia: **mientras en la IA se espera que el robot o la máquina tenga la capacidad de tomar decisiones por sí misma, en la automatización se trata de un software que sigue unos pasos previamente programados.**
- Por ejemplo, si pedimos la redacción de una noticia a un sistema de IA, este debería ser capaz por sí mismo de tomar los datos e interpretarlos; pero si se trata de un sistema de automatización solo dará respuestas dentro del abanico de opciones que conoce (como en una crónica de fútbol).



## Usos de IA que serán clave para los medios en 2024

La automatización y la creación de contenido son ahora mucho más importantes que hace dos años. Datos de una encuesta de 314 líderes de medios en 56 países para 'Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2024'.



Q11. To what extent will the following uses of Artificial Intelligence (AI) and Generative AI be important to your company in 2024? Base: 296.

Fuente: Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2024.

[Descargar los datos](#) • [Insertar](#)



Fuente: [Digital News Project 2024 – Reuters Institute](#)

¿Los medios  
están  
utilizando IA  
para el  
desarrollo de  
contenido  
informativo?



# La inteligencia artificial generativa

- Corresponden a modelos de lenguaje autorregresivo cuyo objetivo es **producir textos que simulan la redacción humana mediante aprendizaje profundo.**

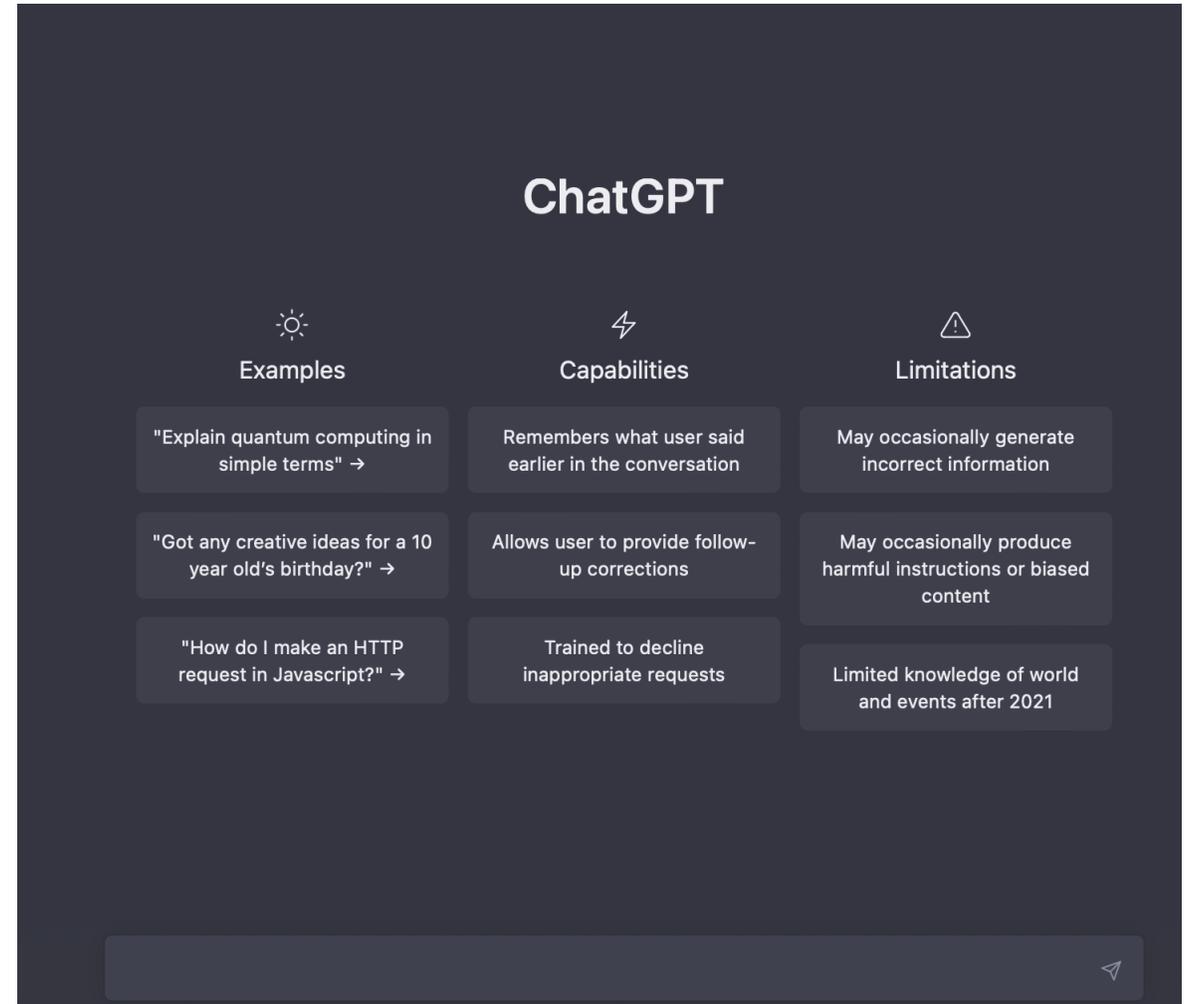
## CHATBOTS CONVERSACIONALES DESTACADOS

1. **ChatGPT** <https://chat.openai.com/>: es la herramienta más usada (100 millones de usuarios activos a febrero de 2023), y se integra en buscadores como Bing.
2. **Gemini (anteriormente Bard)** <https://gemini.google.com/>: herramienta de Google que está disponible en español desde julio de 2023.
3. **Copilot (anteriormente Bing AI)** <https://copilot.microsoft.com/>: versión de Microsoft, basada en ChatGPT e integrada en su buscador. Tiene tres estilos conversacionales (más creativo, más equilibrado y más preciso).
4. **ChatSonic** <https://writesonic.com/chat>: está conectada a internet y dispone de IA generativa de imágenes.
5. **YouChat** <https://youchat.com/>: está conectada a GPT-3.5 y se vincula con Google.



# ¿Qué es ChatGPT?

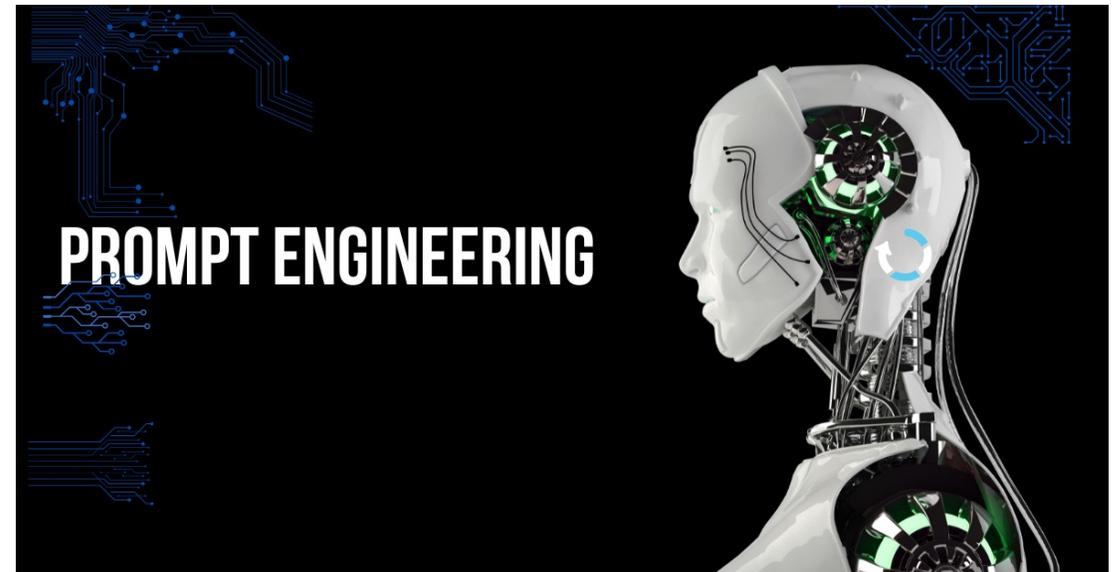
- ChatGPT es un modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI que utiliza **técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP)** para generar respuestas coherentes y naturales en tiempo real.
- Se basa en los modelos GPT-4 (versión paga) y GPT-3.5 (versión gratuita), por lo que ha sido entrenado en una amplia variedad de tareas de NLP.



# Prompt Engineering

## Los Prompts en ChatGPT

- Con ChatGPT nace el *Prompt Engineering*, que se podría traducir como 'ingeniería de indicaciones'. **Esta nascente profesión corresponde al proceso de elaborar preguntas o inquietudes (*prompts*) a los sistemas de chatbots conversacionales de inteligencia artificial generativa.**
- **Los *prompts* son las peticiones o instrucciones que se hacen a ChatGPT para que ofrezca una respuesta**
- Un buen prompt:
  1. Debe tener algún contexto
  2. Debe refinarse como parte de un proceso de mejora continuo a través de repreguntas



# Inteligencia artificial y el SEO

- Aunque tanto la IA como el SEO son disciplinas complejas, utilizadas juntas le facilitan mejorar la clasificación de su sitio web.

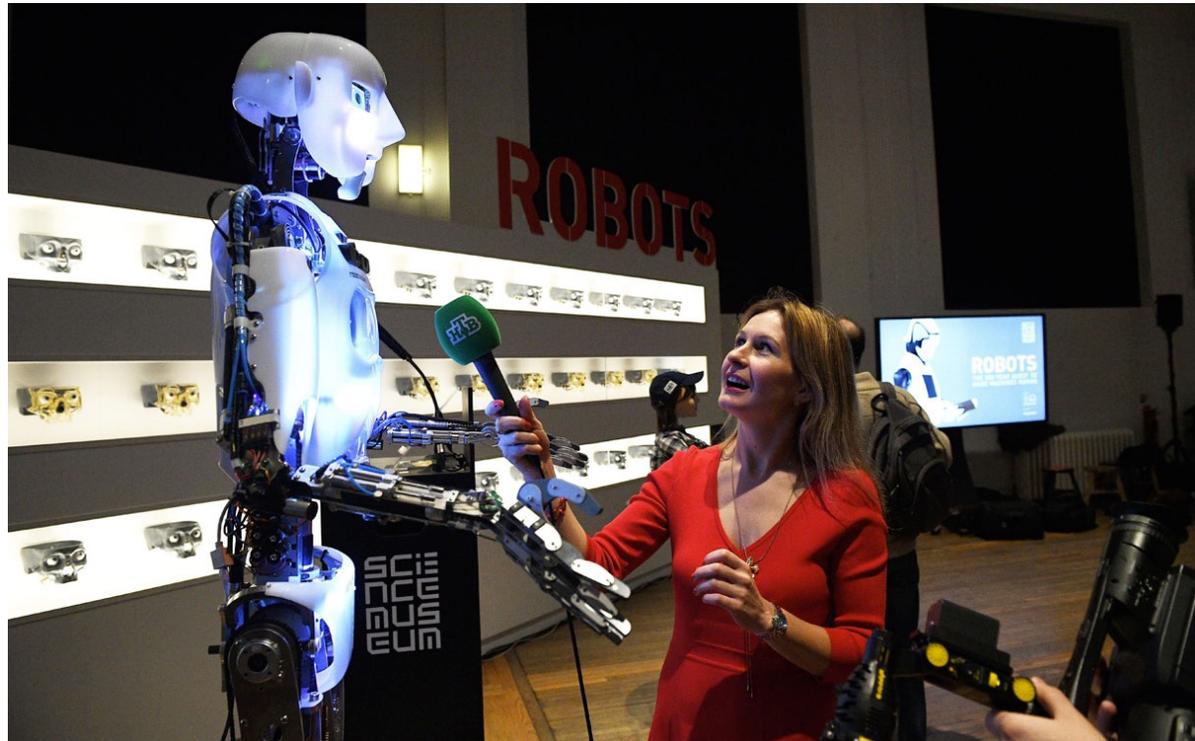
## 6 FORMAS DE USAR LA IA PARA MEJORAR UNA WEB

1. **Descubrir oportunidades:** palabras claves, estrategias de *linkbuilding* u otras alternativas no explotadas.
2. **Creación de contenido:** saber qué tipo crear (experiencias personalizadas para satisfacer necesidades de usuario). Ejemplo: [Marfeel](#).
3. **Optimización de contenido:** mejoras que ayuden a cumplir con estándares EEAT y a aumentar el tiempo de permanencia en un sitio.
4. **Optimización de búsqueda por voz:** orientaciones de cómo crear contenido optimizado para VSEO.
5. **Escalar el SEO:** ejecución de auditorías, optimización automatizada, eliminación de contenido duplicado u otras alternativas. Ejemplo: [Yoast](#).
6. **Experiencia de usuario:** ayudar a que los usuarios tengan una UX positiva en el sitio.



Fuente: [Neil Patel](#)

# *Experiencias periodísticas con inteligencia artificial*



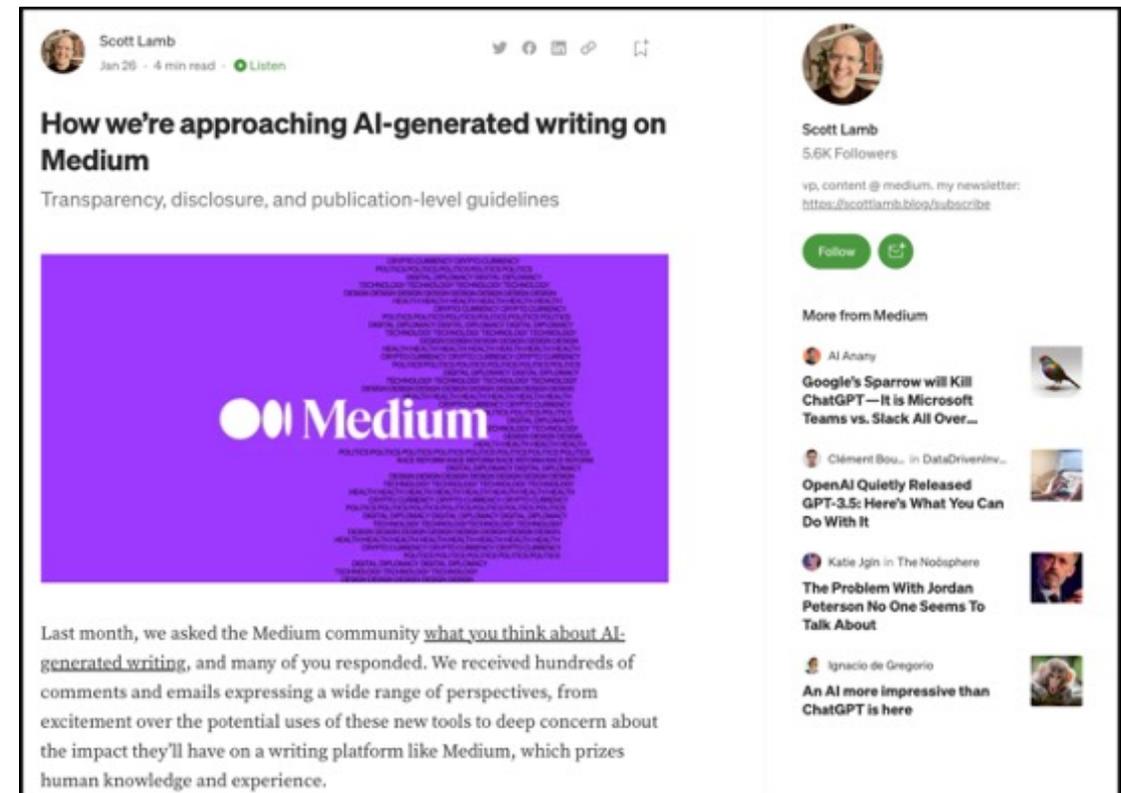
# IA generativa y periodismo

## Experiencias de medios de comunicación

- Cada vez hay más experiencias de medios utilizando ChatGPT (u otras herramientas de IA generativa), desde la creación de nuevos canales que van desde la presentación con solo contenido generado por la IA generativa hasta usos tanto para la redacción como para la optimización de contenidos.

A continuación, se presentan dos ejemplos destacados:

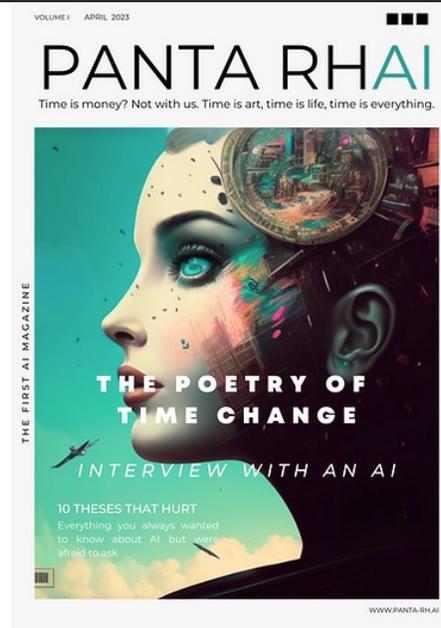
1. **Medium:** el ecosistema de blogs permite que sus editores publiquen textos con apoyo de ChatGPT, pero deben incluir una etiqueta que lo transparente al lector.
2. **Google:** está pagando subsidios a medios para que publiquen un mínimo de tres artículos diarios producidos por su herramienta de IA generativa.



Our revolutionary lifestyle magazine, created by artificial intelligence.

Volume 1  
April, 2023

Read the magazine



# Periodismo y sistemas de IA

## Medios con contenido solo de inteligencia artificial

### 1. *10 Consigli* (Italia)

<https://10consigli.it/>: revista que publica cada día 10 consejos sobre vida y trabajo.

### 2. *Panta Rhai* (Alemania)

<https://www.panta-rh.ai/en/magazine>: revista mensual que emplea ChatGPT (redacción) y Midjourney (diseño y maquetación).

10 CONSIGLI

Ogni giorno 10 consigli su vita, lavoro e, più o meno, qualsiasi altra cosa. // Iscriviti alla nostra [newsletter](#).

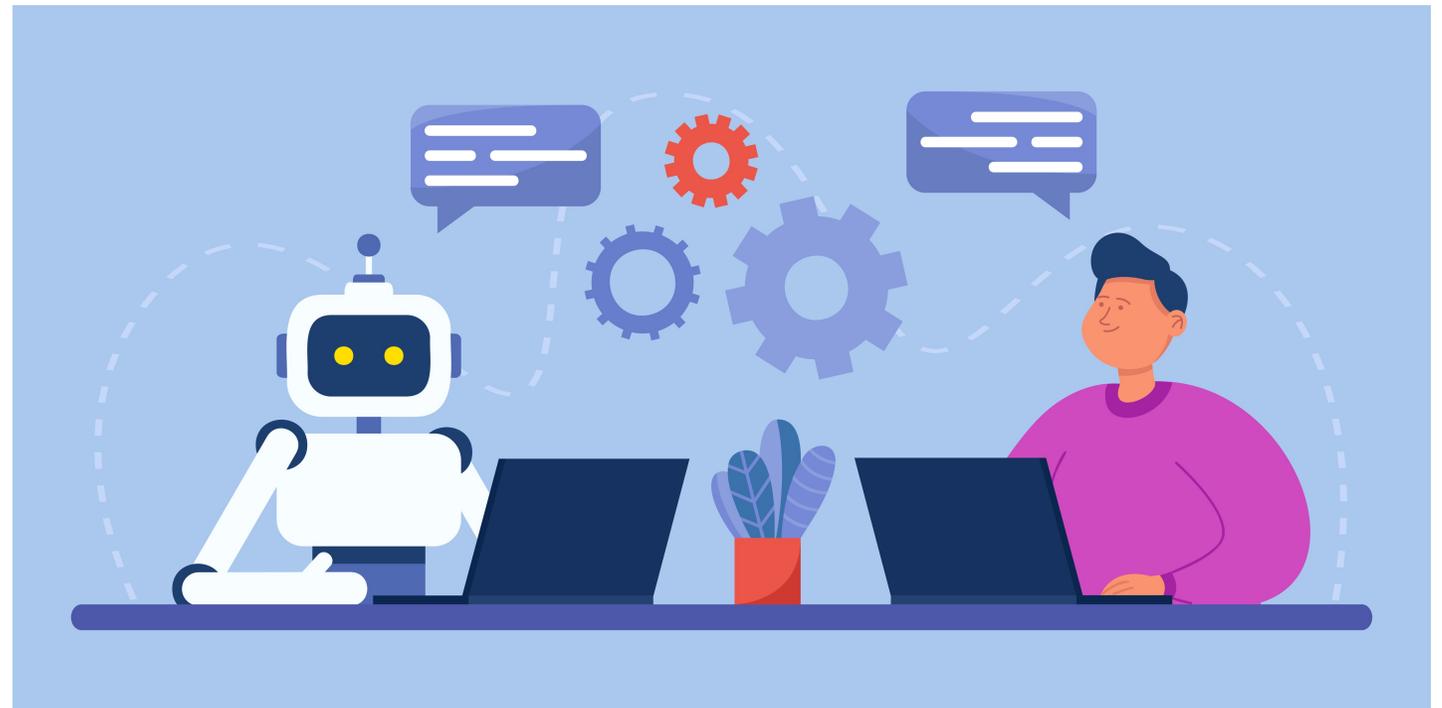
[scopri di più](#)



# ChatGPT y periodismo

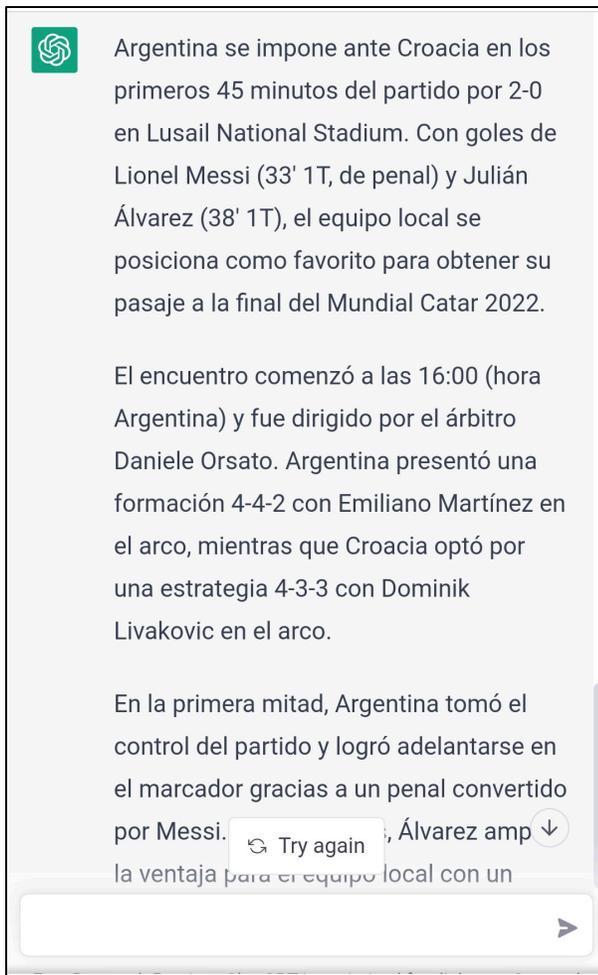
## Experimento Qatar 2022 - 1

- Durante el entretiempo del partido de semifinales entre Argentina y Croacia se realizó la siguiente prueba:
  - **Se solicitó una redacción periodística a ChatGPT entregándole los datos del partido** (formaciones, goles, tarjetas, estadio, árbitro, entre otros).
  - **Se pidió, además, que abordara las expectativas de cara a lo que podía suceder durante el segundo tiempo.**



# ChatGPT y periodismo

## Experimento Qatar 2022 - 2



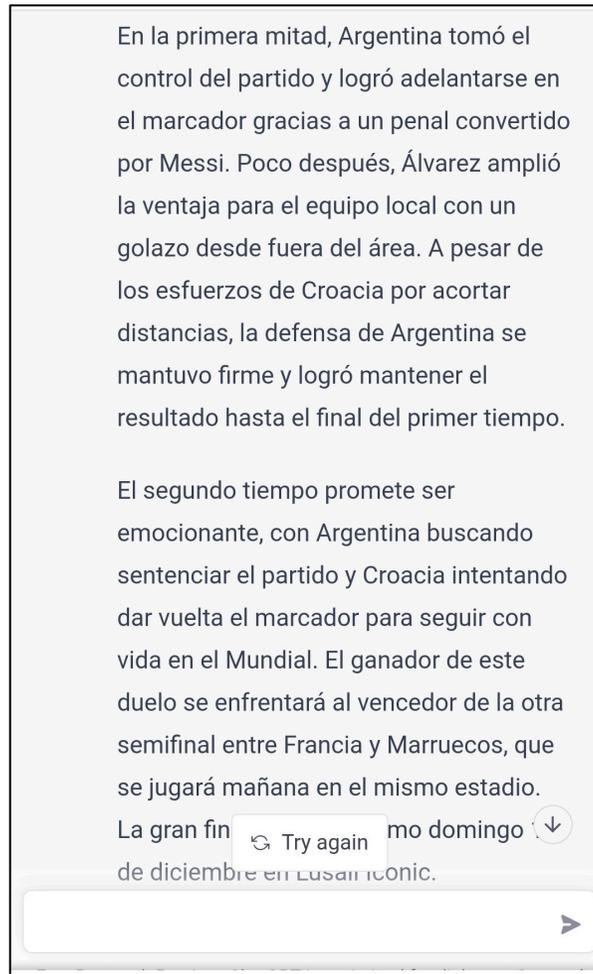
Argentina se impone ante Croacia en los primeros 45 minutos del partido por 2-0 en Lusail National Stadium. Con goles de Lionel Messi (33' 1T, de penal) y Julián Álvarez (38' 1T), el equipo local se posiciona como favorito para obtener su pasaje a la final del Mundial Qatar 2022.

El encuentro comenzó a las 16:00 (hora Argentina) y fue dirigido por el árbitro Daniele Orsato. Argentina presentó una formación 4-4-2 con Emiliano Martínez en el arco, mientras que Croacia optó por una estrategia 4-3-3 con Dominik Livakovic en el arco.

En la primera mitad, Argentina tomó el control del partido y logró adelantarse en el marcador gracias a un penal convertido por Messi. Álvarez amplió la ventaja para el equipo local con un

Try again

07/03/2024

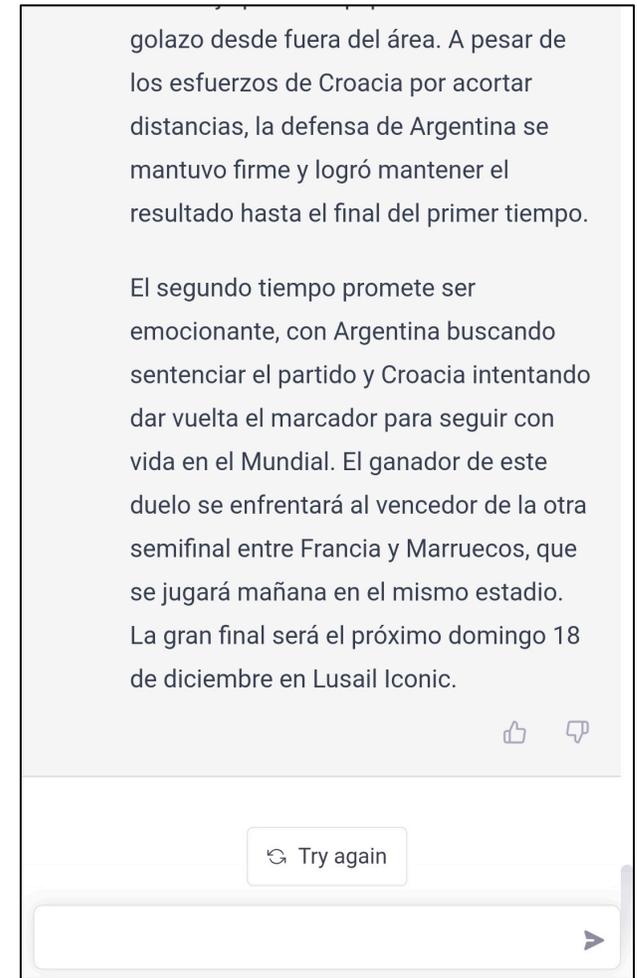


En la primera mitad, Argentina tomó el control del partido y logró adelantarse en el marcador gracias a un penal convertido por Messi. Poco después, Álvarez amplió la ventaja para el equipo local con un golazo desde fuera del área. A pesar de los esfuerzos de Croacia por acortar distancias, la defensa de Argentina se mantuvo firme y logró mantener el resultado hasta el final del primer tiempo.

El segundo tiempo promete ser emocionante, con Argentina buscando sentenciar el partido y Croacia intentando dar vuelta el marcador para seguir con vida en el Mundial. El ganador de este duelo se enfrentará al vencedor de la otra semifinal entre Francia y Marruecos, que se jugará mañana en el mismo estadio. La gran final se jugará mañana domingo de diciembre en Lusail Iconic.

Try again

Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos



golazo desde fuera del área. A pesar de los esfuerzos de Croacia por acortar distancias, la defensa de Argentina se mantuvo firme y logró mantener el resultado hasta el final del primer tiempo.

El segundo tiempo promete ser emocionante, con Argentina buscando sentenciar el partido y Croacia intentando dar vuelta el marcador para seguir con vida en el Mundial. El ganador de este duelo se enfrentará al vencedor de la otra semifinal entre Francia y Marruecos, que se jugará mañana en el mismo estadio. La gran final será el próximo domingo 18 de diciembre en Lusail Iconic.

Try again

18

# Player 8 y ChatGPT: lecciones obtenidas

1. Dado que ChatGPT no tiene acceso a internet **se requiere mucha precisión en la entrega de los datos** (para evitar que el robot “invente” información para la redacción).
2. **A mayor cantidad de datos, se tienen mayores opciones de una redacción periodística de mayor calidad.**
3. Se solicitaron distintas variaciones de redacción dados los errores originalmente detectados en las primeras versiones, hubo dos solicitudes que fueron claves para conseguir cambios valiosos en la redacción:
  1. Aplicar criterios de posicionamiento SEO.
  2. Incluir emociones a la redacción propias de “la pasión del fútbol” durante una Copa del Mundo.
4. **Para la redacción del titular, se solicitaron distintas variantes aplicando criterios de SEO. ChatGPT ofreció cuatro diferentes** y se publicó la que más se ajustaba a los criterios editoriales del medio.
5. Por todo ello, **se concluyó que ChatGPT puede ser un soporte para mejorar redacciones o bien para reescribir contenidos enviados a muchos medios** (cables de agencia, notas de prensa, comunicados u otros), y así conseguir redacciones originales que podrían posicionarse mediante criterios de SEO de contenidos.

# *Casos destacados: Infobae y CNET Money*

# Data Factory y las notas algorítmicas

- El servicio, denominado notas algorítmicas, es provisto por DataFactory, agencia que produce información deportiva y procesa datos para medios de comunicación y marcas.
- “Notas algorítmicas: notas que se escriben solas. Creamos más de 6 mil artículos por semana de los torneos de fútbol. A la información de nuestra base de datos, le incorporamos técnicas de ciencia narrativa. La integración editorial de las estadísticas aportan a los medios volumen de contenido y generación de tráfico” (DataFactory, s.f.).
- **Cibermedios destacados que las utilizan:** Canal 13 y Diario El Rancagüino (Chile); TyC Sports, Infobae, TNT Sports, C5N, El Diario AR, Ámbito, El Destape, La Voz del Interior y Todo Jujuy (Argentina); RCN (Colombia); Gol TV (Uruguay); y Unitel (Bolivia).



# Cibermedios y automatización de contenidos

## la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga

- Estudio de 40 artículos periodísticos, correspondientes a contenido automatizado sobre LaLiga 2020-2021, publicados desde el 6 hasta el 22 de mayo de 2021.
- Las conclusiones del trabajo permiten comprender que “las experiencias de automatización permiten acelerar la producción y publicación, aunque sus opciones de visibilidad pueden mejorarse si se da más énfasis a una mayor extensión y a un contenido audiovisual complementario al artículo”.

Cómo citar:

**Apablaza-Campos, Alexis; Flores, José; Lopezosa, Carlos (2022).** *Cibermedios y automatización de contenidos: la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga*. VIII Congreso INCOM Chile. Viña del Mar: Universidad Adolfo Ibáñez. Acceso: <http://eprints.rclis.org/43683/>

### AGENCIAS

## Con un solo tanto, Sevilla derrotó a Alavés en el estadio Ramón Sánchez Pizjuán

Por Infobae Deportes

22 de Mayo de 2021



# Cibermedios y automatización de contenidos

la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga

Resultados a nivel de SEO de Contenidos	
<b>Extensión:</b> noticias con 400 o más palabras	0 (0%)
<b>Palabras claves:</b> expresiones que enriquecen el título y tema de la noticia	40 (100%)
<b>Contenido audiovisual:</b> materiales multimedia que complementan el contenido de la noticia	0 (0%)
<b>Mobile First:</b> diseño web pensado primero en móvil	40 (100%)

**Tabla 1:** resultado de las publicaciones a nivel de SEO de Contenidos en el estudio de caso 1.

# Cibermedios y automatización de contenidos

la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga

Resultados a nivel de Metadatos	
<b>Atributo ALT en la imagen:</b> permite describir imágenes subidas a una web	40 (100%)
<b>Marcado semántico con schema.org:</b> permite que el contenido de una web sea comprendido por los buscadores de manera más eficaz	40 (100%)
<b>Título SEO y descripción meta:</b> etiquetas que sirven para describir el contenido de la página a los buscadores	40 (100%)

**Tabla 2:** resultado de las publicaciones a nivel de Metadatos en el estudio de caso 1.

# Cibermedios y automatización de contenidos

la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga

Resultados a nivel de Autoridad	
<b>Backlinks (enlaces externos):</b> links que apuntan desde una web a otra como fuente de autoridad	0 (0%)
<b>Autoridad de backlinks:</b> número de página web que enlazan desde una página web a otra	0 (0%)
<b>Integración de redes sociales:</b> incluye canales sociales de la web en forma de enlace para promoverlos y promocionarlos	40 (100%)
<b>Difusión en redes sociales:</b> promociona el contenido web en sus canales oficiales	40 (100%)

**Tabla 3:** resultado de las publicaciones a nivel de Autoridad en el estudio de caso 1.

# Cibermedios y automatización de contenidos

## la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga

### Tres ideas claves:

1. Los medios de comunicación están continuamente buscando opciones sostenibles de productos periodísticos multimedia, con el objetivo de que estos puedan generar ingresos suficientes como para continuidad.
2. Sobre el contenido automatizado, al intentar comprender sus opciones de posicionamiento en buscadores, se puede estimar las posibilidades de lectura que tiene un contenido específico.
3. La experiencia analizada en el estudio de caso corresponde a una automatización de contenidos sobre una temática específica. Esta automatización, incluso, puede integrarse con el sistema de administración de contenidos (CMS) de un cibermedio, de tal manera que el proceso de redacción, diseño, publicación y de difusión social puede realizarse sin necesidad de la intervención de un redactor o un editor.



# Periodismo y sistemas de IA

## La experiencia de *CNET Money Staff*

- *CNET* es un medio de tecnología estadounidense que publicó 78 artículos de economía, entre noviembre de 2022 y enero de 2023, redactados por motores de inteligencia artificial (firmados por *CNET Money Staff*).
- Sus resultados fueron catalogados como una "catástrofe periodística" por especialistas de la industria debido a fallos básicos en la entrega de datos (43 de esos artículos tuvieron una corrección manual por periodistas).

Cómo citar:

- **Apablaza-Campos Alexis; Codina, Lluís (2023).** *ChatGPT en medios digitales: experiencias periodísticas con inteligencia artificial generativa*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació. <https://doi.org/10.31009/cr.2023.07>



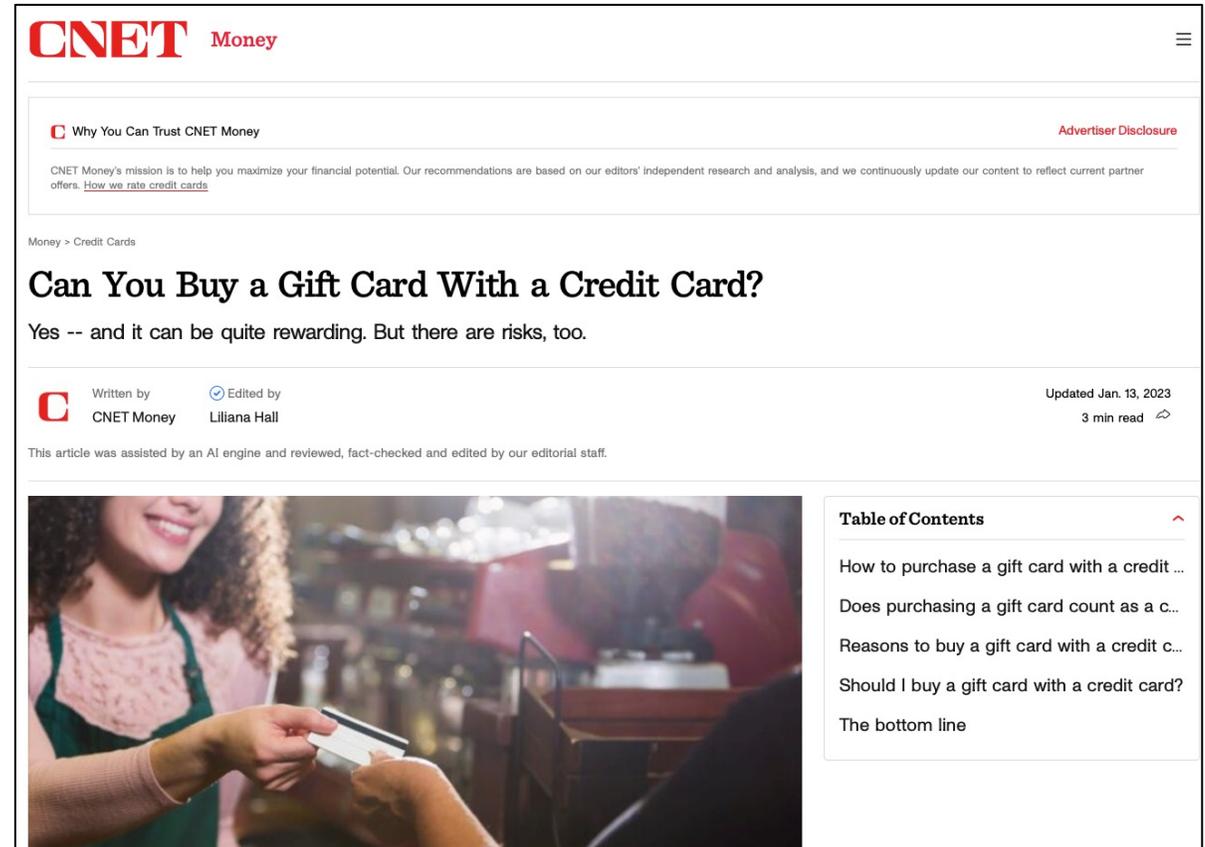
Fuente: [Futurism](#)

# Periodismo y sistemas de IA

## La experiencia de *CNET Money Staff*

- **Resultados y hallazgos:**

- **Número de publicaciones:** 78
- **Fecha:** desde el 11 de noviembre de 2022 hasta el 13 de enero de 2023
- **Tipos de contenidos:** tarjetas de crédito (45), banca (31) e hipotecas (2)
- **Artículos corregidos:** 43
- **Fechas de correcciones:** 25 de enero de 2023 y 31 de enero de 2023
- **Tipos de correcciones:** en la mayoría de los casos hubo cambio de datos, en tres se detectó “contenido no original”, y otro debió ser eliminado.



The screenshot shows a CNET Money article page. At the top, there is a navigation bar with the CNET Money logo and a hamburger menu icon. Below the navigation bar, there is an advertisement for CNET Money with the text 'Why You Can Trust CNET Money' and an 'Advertiser Disclosure' link. The main content area features the article title 'Can You Buy a Gift Card With a Credit Card?' and a sub-headline 'Yes -- and it can be quite rewarding. But there are risks, too.' Below the title, there is a byline indicating the article was written by CNET Money and edited by Liliana Hall, with an update date of Jan. 13, 2023, and a '3 min read' indicator. A small disclaimer states 'This article was assisted by an AI engine and reviewed, fact-checked and edited by our editorial staff.' The main image shows a woman in a green apron handing a credit card to a customer. To the right of the image is a 'Table of Contents' section with links to various parts of the article: 'How to purchase a gift card with a credit ...', 'Does purchasing a gift card count as a c...', 'Reasons to buy a gift card with a credit c...', 'Should I buy a gift card with a credit card?', and 'The bottom line'.

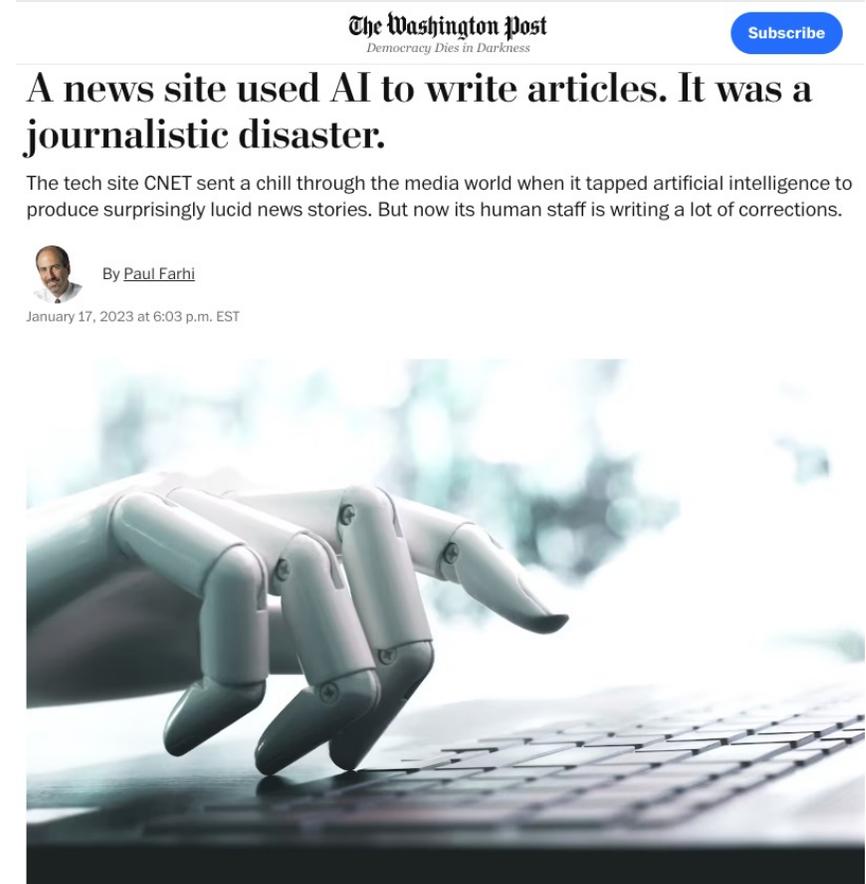
Fuente: [CNET](#)

# Periodismo y sistemas de IA

## La experiencia de *CNET Money Staff*

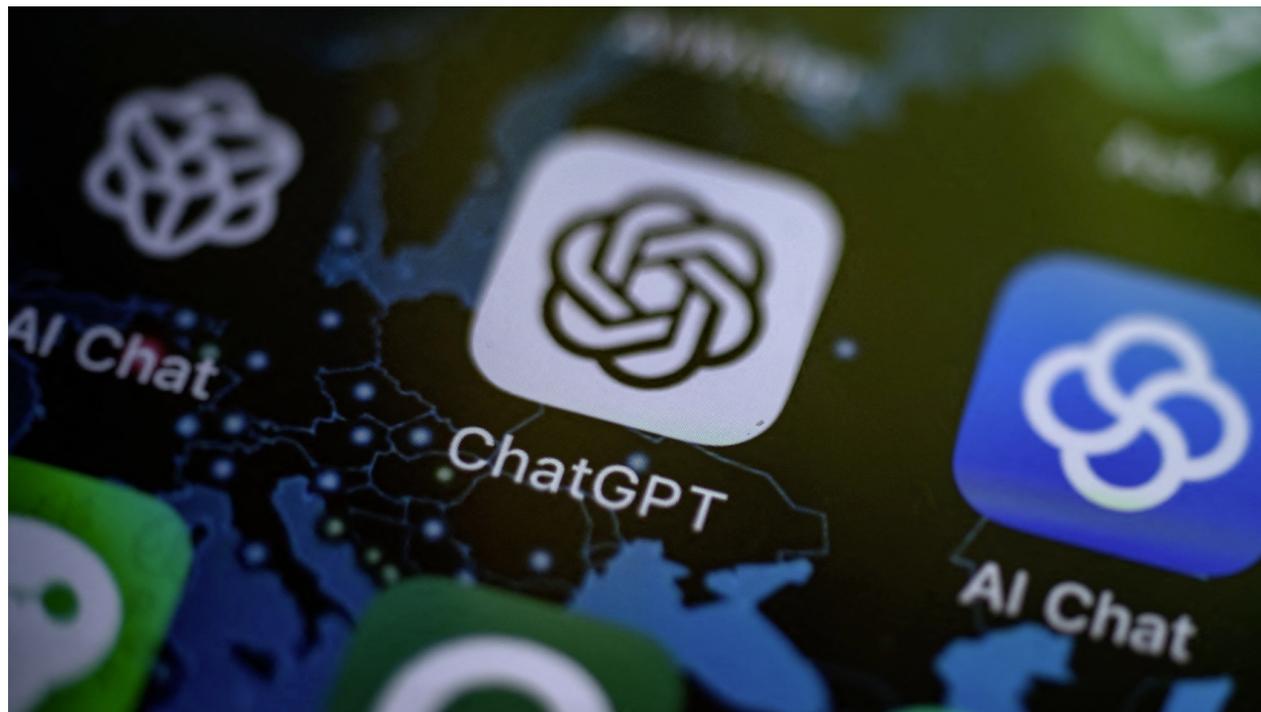
### Principales lecciones

- **CNET no fue transparente con el uso de IA.** De hecho, otros medios denunciaron el hecho y ante ello realizó las aclaraciones (y correcciones) del caso.
- Según *CNET*, el contenido fue asistido por sistemas de IA, pero verificado por su equipo editorial. Sin embargo, las revisiones solo se dieron tras la denuncia de **errores en datos básicos y de contenidos plagiados** de otros medios.
- Estos problemas (que implicaron el fin de esta experiencia para el medio) se asocian a la denuncia de que **los sistemas de IA conversaciones se nutren de contenidos de medios de comunicación sin citar las fuentes.**
- Ante ello, medios como The New York Times están protegiendo su contenido, y **países como Italia han prohibido el uso de ChatGPT** por violar las normas europeas de protección de datos.



Fuente: [The Washington Post](#)

# Conclusiones principales



## Valor de las herramientas de IA

- 1. Los chatbots conversacionales (como ChatGPT) están en continuo aprendizaje**, por lo cual se busca optimizar sus capacidades de respuesta (valor del *prompt*).
- 2. Los medios de comunicación cada vez se están atreviendo más a probar con estas herramientas**, lo cual es éticamente aceptable si se transparenta su uso a las audiencias (citar la fuente).
- 3. Los estudiantes de comunicación digital deben aprender cómo emplear responsablemente estas herramientas**. Por ello, es muy importante revisar tanto el *prompt* como el resultado final.

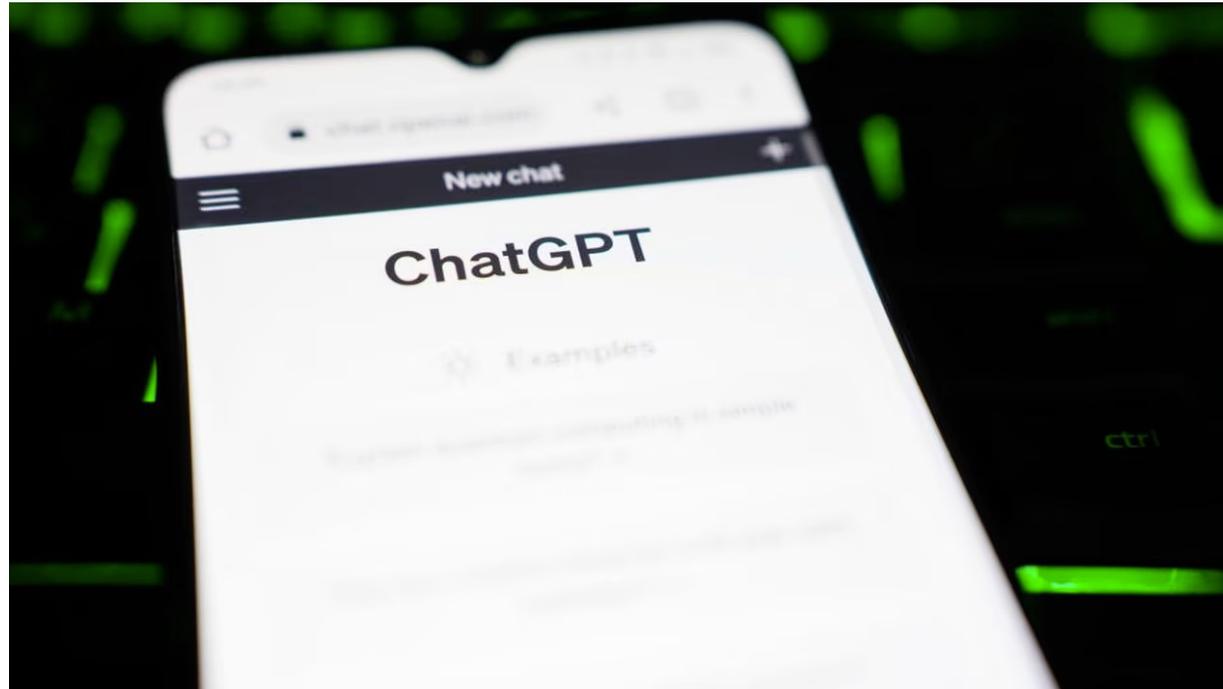
## Experiencias SEO con IA

- 1. Generar contenidos SEO mediante ChatGPT de manera indiscriminada no es el mejor camino.** Google está realizando actualizaciones para penalizar (incluso evitar) su visibilidad.
- 2. Las herramientas de IA pueden ayudar a mejorar el SEO.** La adecuada interpretación de los datos que entreguen estas herramientas puede ser de gran utilidad.
- 3. La inteligencia artificial generativa puede darnos ideas de contenidos muy valiosas e interesantes para nuestras audiencias.** Opciones de títulos para artículos, estructuras de contenidos con criterios de posicionamiento u otras alternativas que exigen verificación humana.

## Desafíos pendientes

- 1. Los usos de las fuentes de los chatbots de IA también deben ser transparentados.** Medios digitales se quejan de la extracción de contenido sin citar la fuente.
- 2. El desarrollo de la IA generativa necesita estándares éticos y responsables.** El trabajo multidisciplinar que se desarrolla para su crecimiento debe evitar generación de desinformación u otros problemas asociados.
- 3. El cambio de paradigma que trae la IA no debe precarizar a las profesiones asociadas a la comunicación digital.** No se puede hablar de “trabajos obsoletos”, sino de funciones cambiantes y de “nuevas oportunidades laborales”.

# Principales referencias



# Otros trabajos propios destacados

- **Apablaza-Campos, Alexis; Flores, José; Lopezosa, Carlos (2022).** *Cibermedios y automatización de contenidos: la experiencia de Infobae con notas algorítmicas sobre LaLiga. VIII Congreso INCOM Chile.* Viña del Mar: Universidad Adolfo Ibáñez. Acceso: <http://eprints.rclis.org/43683/>
- **Apablaza-Campos, Alexis (2023a).** *Periodismo e IA: experiencias ciberperiodísticas con inteligencia artificial.* Santo Domingo: Universidad INTEC <https://doi.org/10.5281/zenodo.7787234>
- **Apablaza-Campos, A. (2023b).** *Comunicación y marketing con ChatGPT: experiencias y desafíos para la docencia universitaria.* Montevideo: Universidad de Montevideo. <http://eprints.rclis.org/44617>
- **Apablaza-Campos, A. y Codina, L. (2023c).** *ChatGPT en medios digitales: experiencias periodísticas con inteligencia artificial generativa.* Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra. Communication Reports 07. <https://doi.org/10.31009/cr.2023.07>
- **Apablaza-Campos, Alexis (2023d).** *Experiencias ciberperiodísticas en la elaboración de reportajes: comunicación multimedia, transmedia e inteligencia artificial.* Valencia, Universidad Internacional de Valencia. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10058878>
- **Apablaza-Campos, Alexis (2023e).** *Marca personal y herramientas digitales: redes sociales y uso de IA generativa.* Santiago de Chile, Universidad del Desarrollo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10415334>
- **Apablaza-Campos, Alexis (2024).** *Generación de contenidos mediante inteligencia artificial: el desafío de las comunicaciones.* Santiago de Chile: Universidad UNIACC. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10755551>

# Bibliografía destacada

- **Bruell, A. (26 de enero de 2023).** BuzzFeed to Use ChatGPT Creator OpenAI to Help Create Quizzes and Other Content . Obtenido de *The Wall Street Journal*: <https://www.wsj.com/articles/buzzfeed-to-use-chatgpt-creator-openai-to-help-create-some-of-its-content-11674752660?siteid=yhoof2&yptr=yahoo>
- **Christian, J. (17 de enero de 2023).** CNET's Article-Writing AI Is Already Publishing Very Dumb Errors. Obtenido de *Futurism*: <https://futurism.com/cnet-ai-errors>
- **Codina, L., Lopezosa, C., & Apablaza-Campos, A. (2023).** SEO ético de contenidos para comunicadores: conceptos, componentes, plugins y ChatGPT. *Barcelona: Universitat Pompeu Fabra-BSM, Departament de Comunicació*. <http://hdl.handle.net/10230/55718>
- **Google Cloud (s.f.)** ¿Qué es la inteligencia artificial o IA? Obtenido de <https://cloud.google.com/learn/what-is-artificial-intelligence?hl=es-419>
- **Ingram, M. (9 de febrero de 2023).** Is AI software a partner for journalism, or a disaster? . Obtenido de *Columbia Journalism Review*: [https://www.cjr.org/the\\_media\\_today/ai\\_software\\_chatgpt\\_journalism.php](https://www.cjr.org/the_media_today/ai_software_chatgpt_journalism.php)
- **Jiménez de Luis, Á. (24 de febrero de 2023).** El inesperado milagro de ChatGPT: crece más rápido que TikTok y cuenta ya con cientos de millones de usuarios. Obtenido de *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/tecnologia/2023/02/24/63f8edfd6c8392358b459b.html>

# Bibliografía destacada

- **Lamb, S. (26 de enero de 2023).** How we're approaching AI-generated writing on Medium. Obtenido de *Medium*: <https://blog.medium.com/how-were-approaching-ai-generated-writing-on-medium-16ee8cb3bc89>
- **Newman, N. (9 de enero de 2024).** *Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2024*. Obtenido de Reuters Institute for the Study of Journalism: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2024>
- **Patel, N. (s.f.)** *How to Use AI SEO to Improve Your Website*. Obtenido de <https://neilpatel.com/blog/ai-seo/>
- **Stenberg, M. (27 de febrero de 2024).** Google Is Paying Publishers to Test an Unreleased Gen AI Platform. Obtenido de *AdWeek*: <https://www.adweek.com/media/google-paying-publishers-unreleased-gen-ai/>
- **Tech, A. (15 de febrero de 2023).** Prompt Engineering: Qué es y cómo funciona el nuevo concepto de la Inteligencia Artificial Generativa. Obtenido de *GizTab*: <https://www.giztab.com/prompt-engineering-que-es-que-hace/>
- **Ventura Pocino, P. (2021).** *Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo*. Barcelona: Consell de la Informació de Catalunya.

# Forma recomendada de citación

- Apablaza-Campos, Alexis (2024). *Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos*. Alicante: Universidad de Alicante [39 diapositivas, presentación en pdf].  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10791143>



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

# Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos

**Alexis Apablaza-Campos**

Sesión Máster Universitario en Comunicación Digital  
Alicante, 7 de marzo de 2024