



Universidad del Desarrollo

Inteligencia artificial para la generación de contenidos: tendencias, casos y experiencias

Alexis Apablaza-Campos

Presentación a profesores Facultad de Comunicaciones
Santiago de Chile, 28/07/2025

Créditos

- Título: *Inteligencia artificial para la generación de contenidos: tendencias, casos y experiencias*
 - *Artificial Intelligence for Content Generation: Trends, Cases, and Experiences*
[en]
- Por Alexis Apablaza-Campos
- Contexto: presentación a académicos de Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo (Chile)
- Primera edición en este formato: 28 de julio de 2025
- 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

- Esta presentación aborda el impacto de la inteligencia artificial generativa en la creación de contenidos en comunicación, con énfasis en sus aplicaciones en periodismo, publicidad y cine. Se analizan tendencias actuales, herramientas tecnológicas y casos de uso concretos en Iberoamérica, junto con libros publicados que apoyan la formación académica. También se discuten los desafíos éticos y pedagógicos que plantea su incorporación en la educación superior, tanto para estudiantes como para docentes de pre y posgrado, promoviendo un uso consciente, transparente y responsable de estas tecnologías emergentes.

- Palabras clave

- Inteligencia artificial generativa, generación de contenidos, comunicación digital, ética y autoría académica, educación universitaria y medios de comunicación.



Universidad del Desarrollo

Abstract and keywords [en]

- Abstract

- This presentation explores the impact of generative artificial intelligence on content generation within the field of communication, focusing on its applications in journalism, advertising, and film. It examines current trends, technological tools, and real-world case studies from Ibero-America, alongside published books that support academic training. The session also addresses the ethical and pedagogical challenges of integrating AI into higher education, encouraging a conscious, transparent, and responsible use by both undergraduate and graduate students and faculty.

- Keywords

- Generative artificial intelligence, content generation, digital communication, academic ethics and authorship, higher education, media and communication.



Universidad del Desarrollo

Tabla de contenido

1. Definiciones, herramientas y tendencias
2. Libros publicados
3. GenAI en Periodismo, Publicidad y Cine
4. Experiencias y oportunidades para la docencia en comunicaciones
5. Conclusiones principales
6. Referencias bibliográficas

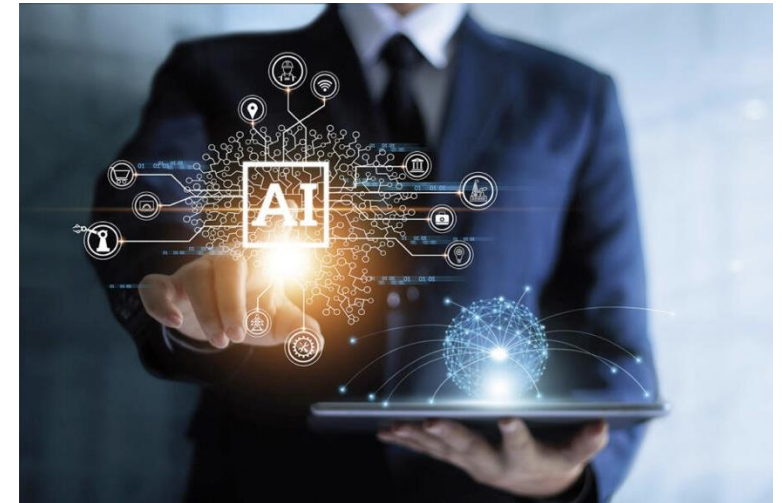
La inteligencia artificial generativa



¿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.



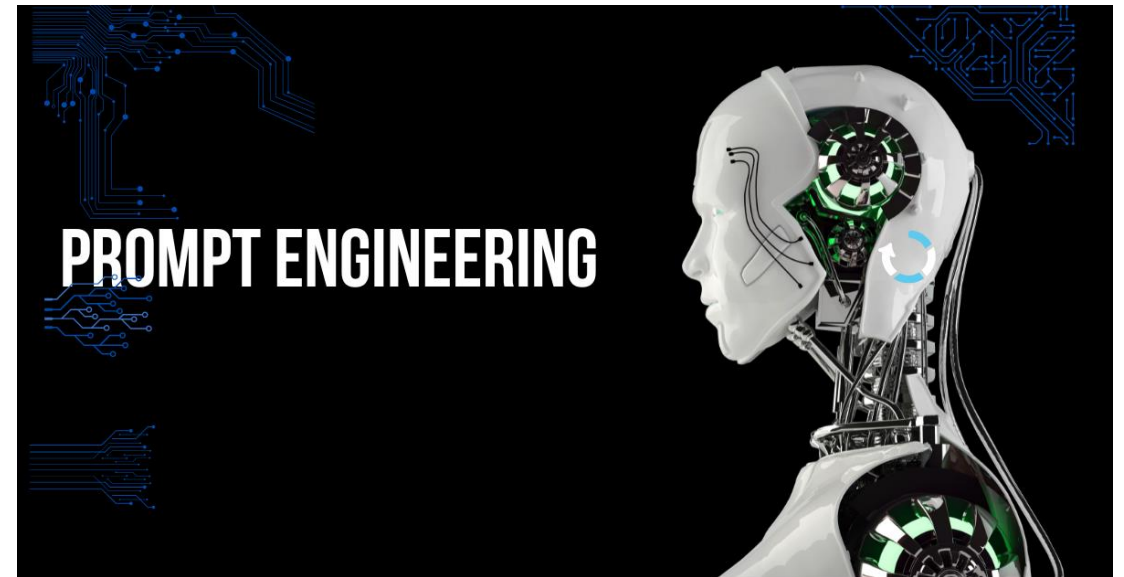
Inteligencia artificial generativa

- También llamada IA generativa o GenAI –por sus siglas en inglés–, corresponden a modelos de lenguaje autorregresivo cuyo objetivo es **producir contenidos que simulan la producción humana mediante aprendizaje profundo**.
- De esta manera, la gran mayoría de estas herramientas utilizan técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) para **generar respuestas coherentes y naturales en tiempo real**.
- Actualmente existe un ecosistema de herramientas de inteligencia artificial generativa que evoluciona constantemente, incluyendo nuevas versiones que superan a sus predecesoras.



El valor del *prompt*

- Con la IA generativa 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.**
- Los *prompts* son las peticiones o instrucciones que se hacen a las herramientas GenAI para que ofrezca una respuesta adecuada.
- Un buen *prompt*:
 1. Debe tener algún contexto
 2. Debe refinarse como parte de un proceso de mejora continuo a través de repreguntas



Herramientas GenAI para texto

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. **Deepseek** <https://www.deepseek.com/>: lanzada en enero de 2025, es la principal herramienta de IA generativa de origen chino.
5. **Perplexity AI** <https://www.perplexity.ai/>: buscador con IA generativa que se integra con otros modelos y permite recibir resultados basados en fuentes.



Herramientas GenAI para imágenes

1. **Midjourney** <https://www.midjourney.com/>: ofrece resultados visuales de alta calidad. Solo permite usos de pago, tras casos de desinformación.
2. **Stable Diffusion** <https://stablediffusionweb.com/es>: modelo de código abierto que genera imágenes *open source*.
3. **Flux.1 Pro** <https://www.fluxpro.ai/es>: elabora imágenes 'éticas' con licencias de uso comercial, especializado en marcas y campañas publicitarias.
4. **DALL-E** <https://openai.com/es-ES/index/dall-e-3/>: sistema creado por OpenAI que se encuentra integrado en ChatGPT y Copilot.
5. **Adobe Firefly** <https://www.adobe.com/cl/products/firefly.html>: al ser parte de Creative Cloud, genera contenidos licenciados.



Herramientas GenAI para video

1. **Runway** <https://runwayml.com/>: genera videos a través de prompts de texto o de otros videos. Fácil edición de resultados.
2. **Veo3** <https://veo3.ai/es>: plataforma de Google para video realista y coherente con texto.
3. **Pika Labs** <https://pika.art/>: videos sociales generados a partir de texto e imágenes.
4. **Adobe Max (Firefly Video)**
<https://www.adobe.com/es/products/firefly/features/ai-video-generator.html>: facilita la creación de contenido diverso y dinámico, además se complementa perfectamente con otras herramientas de Adobe.

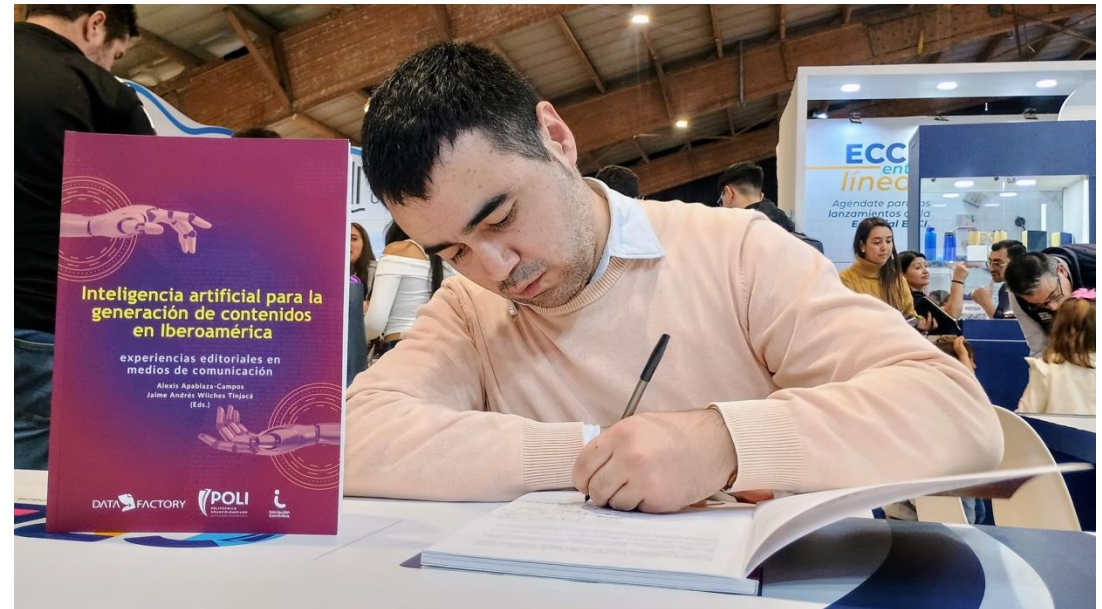


Herramientas GenAI para audio y música

1. **Eleven Labs** <https://elevenlabs.io/es>: convierte texto a audio, además puede clonar tu voz. Puede traducir una voz a 29 idiomas diferentes.
2. **Stable Audio** <https://stability.ai/stable-audio>: genera canciones instrumentales con solo un *prompt* de texto.
3. **Suno** <https://suno.com/home>: permite crear canciones completas, incluyendo voz y letra a través de instrucciones simples.



Libros publicados



Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica

experiencias editoriales en medios de comunicación

- 📝 35 autores de España y América Latina
- 📰🤖 Experiencias en el uso de IA en más de 100 medios de Iberoamérica
- 🌐 Análisis por país de la implementación de la inteligencia artificial en las redacciones ARBOBRCLCOECESGTMXPEDOUYVE
- 📊 Resultados de encuesta sobre usos de IA generativa en más de 150 periodistas, jefes de redacción, directivos de medios, docentes, investigadores y estudiantes de 16 países de la región.
- 👤 Visiones de expertos (académicos, investigadores y ejecutivos de la industria periodística) sobre el uso editorial de la inteligencia artificial en medios de comunicación.



Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica

experiencias editoriales en medios de comunicación

- **Libro editado** junto a DataFactory (Argentina & México), Politécnico Grancolombiano (Colombia) e Iniciación Científica (Colombia) - ISBN (Digital & Impreso): 978-628-95150-6-0
1. 🧠 **La IA generativa está transformando las redacciones de Iberoamérica:** automatiza tareas, crea nuevos formatos narrativos y plantea dilemas éticos clave. Su integración requiere criterios editoriales claros y responsables.
 2. 🌐 Más de 100 experiencias en medios de 15 países iberoamericanos revelan **un alto interés en IA pese a la falta de recursos.** La creatividad local es un motor clave para explorar usos innovadores en contenidos periodísticos.
 3. 🎓 **La formación profesional es crítica:** periodistas deben comprender, evaluar y usar la IA con responsabilidad. Las universidades juegan un rol central al incorporar ética, tecnología y pensamiento crítico en sus planes de estudio.

*Resumen generado por ChatGPT (GPT-4o) con el *prompt*: “resume este libro en tres ideas principales, cada una de las cuales no puede superar el tamaño de un tuit (280 caracteres)”.

Forma recomendada de citación:

Apablaza-Campos, A. & Wilches Tinjacá, J.A. (Eds.) (2025) *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación* (1ª ed. Impresa & 2ª ed. Digital). DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano & Iniciación Científica.
<https://doi.org/10.15765/librosic.v5i60>



Creación y Producción de contenidos on-Brand con IA Generativa

Libro blanco de SuperReal & MIO One (MIO Group)

- **Primero de tres libros blancos** redactados para las divisiones SuperReal & MIO ONE, de la agencia digital española MIO Group. Incluye casos de éxito de marcas como Mahou San Miguel, Repsol y Securitas Direct.
1. MIO One y SuperReal presentan **un análisis sobre el impacto de la IA generativa (GenAI) en el marketing**, enfatizando que esta tecnología es una herramienta potentísima para la creación de contenidos de marca, mejorando la velocidad, eficiencia, consistencia y personalización.
 2. **Este whitebook detalla cómo grandes marcas están utilizando la GenAI para campañas y diseños, además de ofrecer estadísticas que muestran su adopción masiva y los beneficios en la productividad.** Se explica la oferta de SuperReal, centrada en integrar tecnología y talento para ofrecer soluciones como SuperStudio y SuperCraft, con el fin de transformar los procesos de marketing de los clientes y lograr un impacto medible en su negocio, afrontando la innovación de manera gradual y estratégica.

*Resumen elaborado por Google NotebookLM tras analizar el contenido completo del libro blanco.



Descarga gratuita: <https://mio.one/ai-whitepaper/>

Creación y Producción de contenidos on-Brand con IA Generativa

Libro blanco de SuperReal & MIO One (MIO Group)

- Experiencias de marcas:
 1. **Mahou:** IA aplicada al marketing (activaciones y modelos de construcción de marca)
 2. **Securitas Direct:** IA entrenada con valores de marca (generación de imágenes alineadas con su estilo).
 3. **Repsol:** IA potenciando el talento de las personas (creación de una categoría visual inexistente: cadena de valor de combustibles renovables).

WHITEBOOK 1/3

IA Gen aplicada a Creatividad y Contenido.

Casos de éxito de Mahou San Miguel, Repsol y Securitas Direct

SuperReal. **MIO.one**
Part of MIO Group Part of MIO Group



«La IA transforma nuestra forma de diseñar y ejecutar estrategias»

«La IA generativa es un potenciador del talento de las personas»

«Ya es posible transformar ideas complejas en soluciones tangibles»

GenAI en Periodismo, Publicidad y Cine



Desafíos y oportunidades para estudiantes de Periodismo

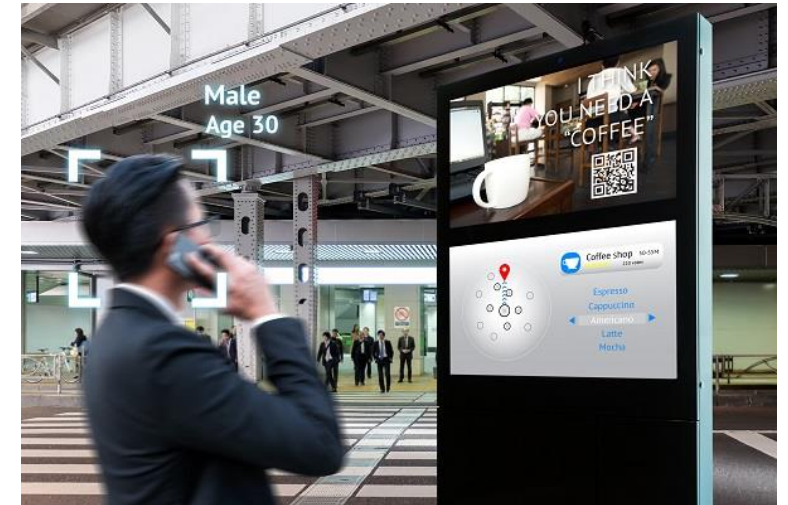
1. 🧠 **La IA ofrece al periodismo eficiencia, personalización y nuevas narrativas.** Acelera tareas, permite explorar RA/RV, genera contenido multimedia y combate la desinformación. Es una aliada, no un reemplazo: potencia el talento humano y democratiza la creación de contenidos.
2. ⚠️ Pero también trae desafíos: riesgo de desinformación, pérdida de identidad periodística, sesgos algorítmicos, dependencia de *big tech* y vacíos regulatorios. **Sin ética ni supervisión, la IA puede erosionar la credibilidad y función social del periodismo.**
3. 🎓 La clave para futuros periodistas: formarse, adaptarse y usar la IA con criterio ético. **La tecnología no reemplaza la misión de informar con veracidad y diversidad.** El reto es convivir con la IA sin perder la esencia del periodismo.



*Resumen elaborado por ChatGPT (GPT-4o) tras análisis previo de Google NotebookLM de ambos libros publicados.

Desafíos y oportunidades para estudiantes de Publicidad

1. 🚀 **La IA acelera la creación de contenidos publicitarios, personaliza campañas a gran escala y potencia la creatividad.** Permite producir más y mejor, incluso con pocos recursos, abriendo nuevas posibilidades a empresas grandes y pequeñas por igual.
2. ⚠️ Pero también plantea retos: riesgo de desinformación, dependencia de *big tech*, uso de contenidos sin permiso y pérdida del factor humano. **La transparencia, la regulación y la supervisión crítica son claves para un uso responsable.**
3. 🎨 **La IA no reemplaza al talento: lo amplifica.** Los futuros publicistas deben dominar estas herramientas con ética, estrategia y creatividad para construir campañas con sentido, impacto y valor real para las marcas y sus audiencias.



*Resumen elaborado por ChatGPT (GPT-4o) tras análisis previo de Google NotebookLM de ambos libros publicados.

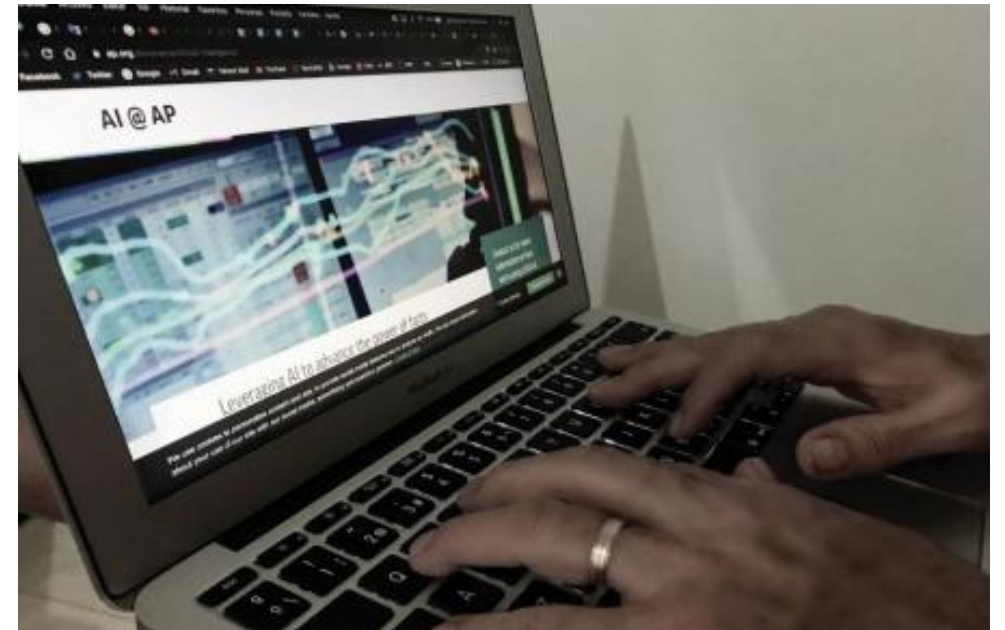
Desafíos y oportunidades para estudiantes de Cine

1. 🎬 **La IA impulsa la creatividad en el cine:** acelera la producción, permite explorar nuevas narrativas (RA, RV), y democratiza la creación audiovisual. Herramientas avanzadas ayudan a guionistas, diseñadores y editores a innovar sin perder calidad.
2. ⚠️ Pero también plantea riesgos: deepfakes, pérdida de autoría artística, sesgos algorítmicos y uso indebido de obras con derechos. **El rol humano es clave para supervisar, dar sentido y mantener la autenticidad en cada obra.**
3. 🎓 **Para futuros cineastas, la IA no es magia, es herramienta.** El reto está en usarla con ética y visión artística, integrándola al proceso sin renunciar a la narrativa humana ni a los valores que hacen del cine un arte con alma.



*Resumen elaborado por ChatGPT (GPT-4o) tras análisis previo de Google NotebookLM de ambos libros publicados.

Experiencias docentes en comunicaciones



Uso ético de la IA para generar contenidos

- Más allá de que en muchas universidades hay discusiones sobre si es ético el uso de estas herramientas, **sus aportes no pueden ser considerados un producto final.**
- Son un *input* valioso tanto para los estudiantes de Periodismo, Publicidad y Cine como para los profesionales del mundo de las comunicaciones, pero **requieren verificación antes de ser aplicados.**
- En todo caso está claro que **pueden aportar importantes ahorros de tiempo y son una fuente de ideas** como intentamos mostrar.



Uso ético de la IA para generar contenidos

¿Cómo aplicarla en trabajos universitarios?

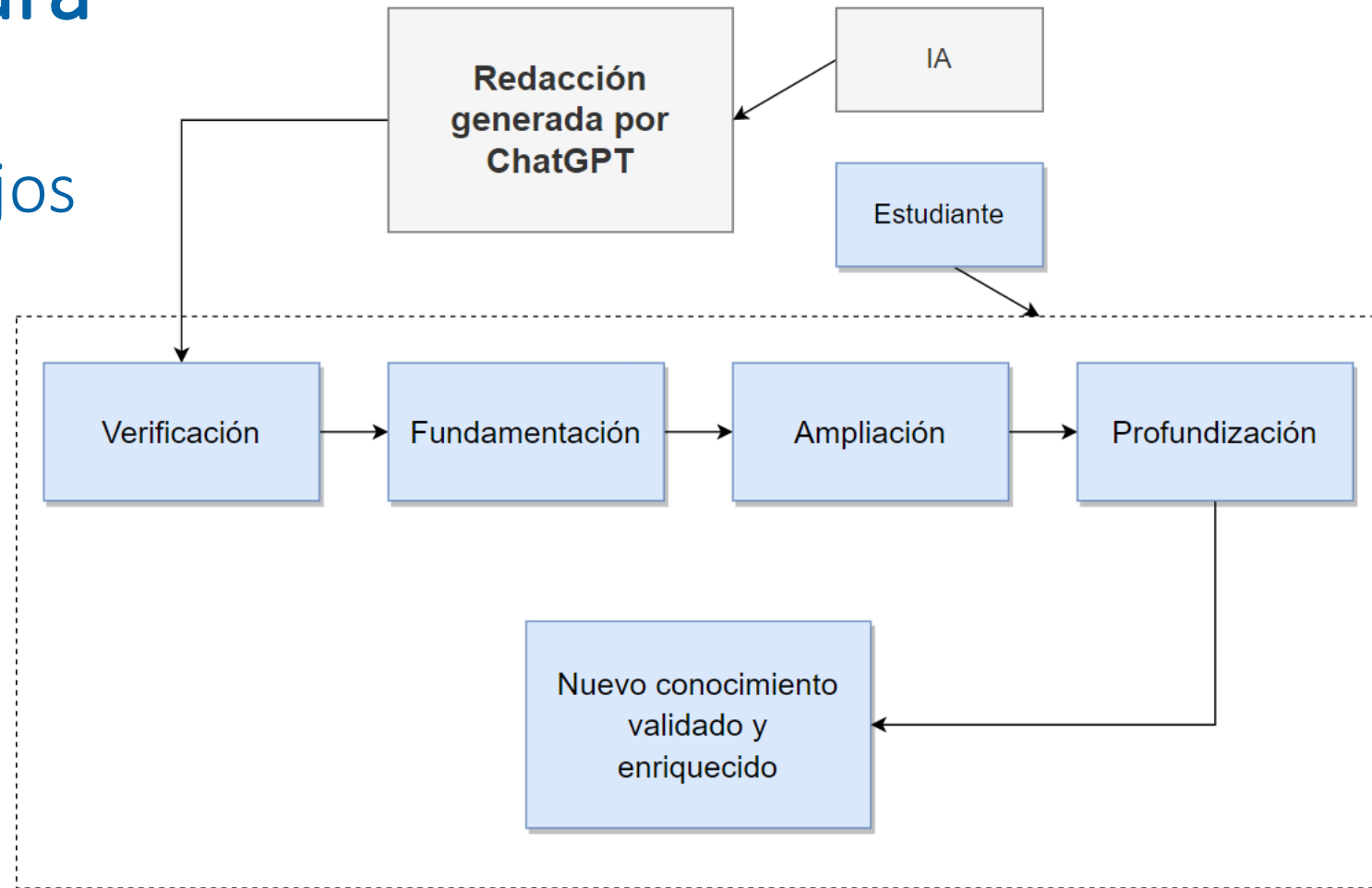
Codina y Garde (2023) definen que los estándares éticos en trabajos deben darse:

1. En todos los casos:

- Transparencia: declarar su uso como parte de la metodología de trabajo (Ventura Pocino, 2021).
- Trazabilidad: documentar prompts utilizados y la respuesta de ChatGPT.

2. Según cada caso:

- Detectar y evitar sesgos.



Fuente: [Lluís Codina](#)

Manual de uso ético de la IA para clases

Principios generales:

- **Todo uso de IA en trabajos debe ser transparente, declarado y autorizado.** Se exige citar fuentes. El contenido generado por IA no puede presentarse como propio.
- Se prohíben usos indebidos como: crear imágenes sintéticas en trabajos, automatizar redacciones de noticias, inventar fuentes o usar voz sintética sin declarar. **El incumplimiento puede llevar a la nota mínima y sanciones académicas.**
- La IA puede usarse con autorización previa en tareas auxiliares (resúmenes, traducciones, subtítulos, ideas iniciales) siempre que se verifique y edite. **La clave: la IA es un punto de partida, pero la responsabilidad final siempre es del estudiante.**



Guía sobre autoría y uso ético de inteligencia artificial en trabajos universitarios

Carrera: Periodismo

Profesor: Alexis Apablaza-Campos

Santiago de Chile, marzo 2025



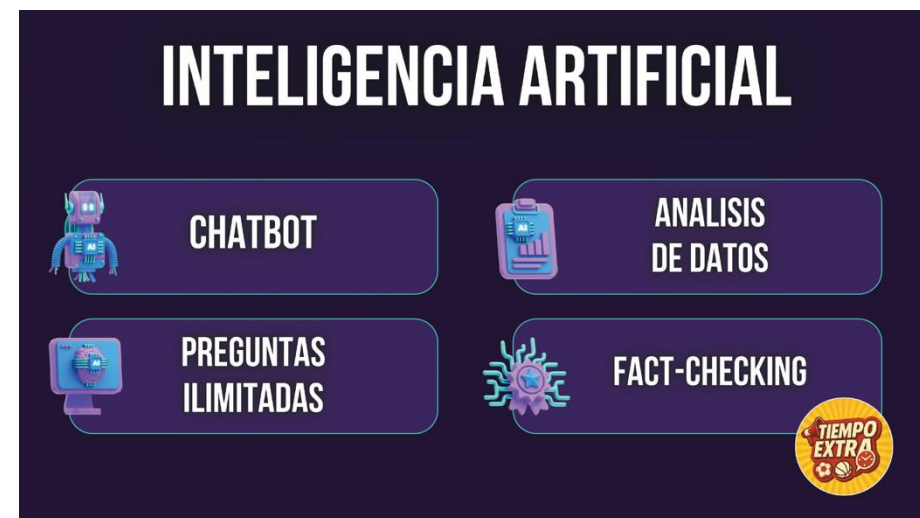
Universidad del Desarrollo

Trabajos académicos con IA

Experiencias docentes propias

Tipos de trabajos realizados junto a estudiantes de pre y posgrado dentro del aula:

1. Construcción de campañas: ejemplos de copys y piezas gráficas ilustrativas
2. Construcción de autobiografías para marca personal
3. Propuestas de uso de herramientas de IA en medios digitales
4. Análisis crítico de malos usos de IA por parte de marcas y medios
5. Construcción de GPT con contenidos de clases como insumo de estudio
6. Elaboración de contenido periodístico (texto e imágenes) para difusión de iniciativas



Plagio con GenAI

¿Cómo detectarlo?

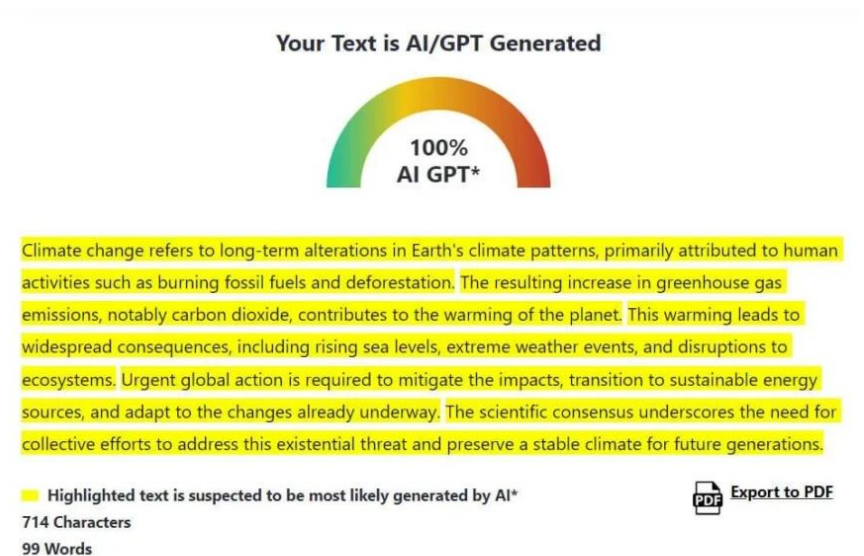
- La dificultad de detectar si un contenido ha sido generado por herramientas de inteligencia artificial radica en que su modelo está diseñado para producir texto que parezca similar al de un ser humano (natural y coherente).
- Sin embargo, hay cuatro posibles indicios que nos pueden ayudar a detectar la presencia de contenido no original:
 1. **Estilo de escritura inusual:** como la IA generativa puede producir texto en diferentes estilos, el resultado final puede parecer diferente a lo que se espera del autor o del tema.
 2. **Errores gramaticales o sintácticos inusuales.**
 3. **Respuestas automatizadas.**
 4. **Naturaleza altamente técnica o especializada.**
- En última instancia, dadas estas complejidades, ante las dudas sobre la autenticidad de un texto, lo mejor es investigar la fuente y la autoría del mismo.



Plagio con GenAI

Los softwares de verificación

- La complejidad de detectar si un contenido ha sido redactado/asistido por algún programa de inteligencia artificial generativa pasa por su consistencia: no es lo mismo una redacción completa que una redacción mejorada.
- Por ello, actualmente **no existe un software de verificación de plagio de IA 100% fiable**. De todos modos, estas son las principales alternativas:
 1. **Turnitin**: el reconocido programa, utilizado por las principales universidades del mundo, también busca detectar escrituras con IA <https://www.turnitin.com/es/blog/turnitin-deteccion-escritura-inteligencia-artificial-chatgpt>
 2. **GTPZero** <https://gptzero.me/>: tiene opciones gratuitas (de hasta 5 mil palabras) y pagadas (de hasta 50 mil). También dispone de una extensión de Chrome.
 3. **ZeroGPT** <https://www.zerogpt.com/>: permite análisis gratuitos (hasta 15 mil caracteres) y pagados (125 mil caracteres).



Conclusiones principales



- 1. La IA generativa potencia la producción de contenidos en periodismo, publicidad y cine,** acelerando procesos, abriendo nuevas narrativas y democratizando el acceso a herramientas creativas, sin reemplazar la función profesional ni la visión crítica.
- 2. Las obras publicadas sobre IA y contenidos ofrecen marcos referenciales, casos de estudio y orientaciones prácticas clave para estudiantes de comunicación.** Son un insumo valioso para formar profesionales con criterio, creatividad y responsabilidad ética.
- 3. La IA plantea oportunidades pedagógicas para docentes de pre y posgrado, pero exige un uso ético y transparente.** Incorporarla en el aula implica formar en habilidades técnicas, promover la autoría responsable y fomentar el pensamiento crítico.



Referencias destacadas



Trabajos propios publicados

- **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>



Universidad del Desarrollo

Trabajos propios publicados

- **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 (2024a).** *Generación de contenidos mediante inteligencia artificial: el desafío de las comunicaciones.* Santiago de Chile: Universidad UNIACC.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10755551>
- **Apablaza-Campos, A. (2024b).** *Periodismo e IA: experiencias SEO en posicionamiento de contenidos.* Alicante: Universidad de Alicante. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10791143>
- **Apablaza-Campos, Alexis (2024c).** *Inteligencia artificial y cibermedios en 2024: experiencias IA en la generación de contenidos.* Santo Domingo: Universidad INTEC.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7787234>
- **Apablaza-Campos, A. (2024d).** Redacción humana versus redacción con inteligencia artificial automatizada: el caso de diario El Rancagüino y las notas algorítmicas. *Hipertext.net*, (28), 143-152. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2024.i28.11>



Universidad del Desarrollo

Trabajos propios publicados

- **Apablaza-Campos, A.; Wilches-Tinjacá, J.A. & Salaverría, R. (2024e).** Generative artificial intelligence for journalistic content in Ibero-America: perceptions, challenges and regional projections. *BiD*, 24. <https://doi.org/10.1344/BID2024.52.06>
- **Apablaza-Campos, A. (2024f).** *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: usos y proyecciones*. III Jornada CUVICOM, Barcelona, España. Universidad UNIACC & DataFactory. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15022445>
- **Apablaza-Campos, A. (2024g).** *Inteligencia artificial en medios locales: la experiencia de El Rancagüino y las notas algorítmicas*. X Congreso INCOM 2024, Temuco, Chile. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15022513>
- **Apablaza-Campos, A. (2024h).** *Desafíos de la inteligencia artificial en la generación de contenidos*. Diario El Rancagüino, Rancagua, Chile. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14253900>
- **Apablaza-Campos, A. & Wilches Tinjacá, J.A. (Eds.) (2025a)** *Inteligencia artificial para la generación de contenidos en Iberoamérica: experiencias editoriales en medios de comunicación* (1ª ed. Impresa & 2ª ed. Digital). DataFactory, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano & Iniciación Científica. <https://doi.org/10.15765/librosic.v5i60>



Universidad del Desarrollo

Trabajos propios publicados

- **Apablaza-Campos, A. (2025b).** Intel·ligència artificial en mitjans de comunicació: l'experiència de RTVE a les eleccions al Parlament de Catalunya del 2024. *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 42(1), 9–29. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.250>
- **Apablaza-Campos, A. (2025c).** *Inteligencia artificial para la generación de contenidos: usos periodísticos en Iberoamérica*. IV Jornada CUVICOM, Barcelona, España. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16283496>
- **Apablaza-Campos, A.; Codina, L.; & Lopezosa, C. (2025d).** SEO de contenidos e inteligencia artificial: experiencias en medios digitales. En Ortega Fernández, E., Ufarte Ruiz, M. J., & La Rosa Barrolleta, L. (Eds.), *La integración de la inteligencia artificial en la comunicación digital* (pp. 335-350). Editorial Tirant Humanidades. <http://eprints.rclis.org/47034/>



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>
- **Calvo-Rubio, L. M., & Ufarte-Ruiz, M.-J. (2021).** Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in Web of Science and Scopus (2008-2019). *Communication & Society*, 34(2), 159 - 176. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- **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. (2023a).** SEO ético de contenidos para comunicadores: conceptos, componentes, plugins y ChatGPT. *Barcelona: Universitat Pompeu Fabra-BSM, Departamento de Comunicación*. <http://hdl.handle.net/10230/55718>
- **Codina, L. & Garde, C. (2023b).** *Uso de ChatGPT en la docencia universitaria: fundamentos y propuestas*. <http://hdl.handle.net/10230/57015>



Universidad del Desarrollo

Bibliografía destacada

- **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
- **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>
- **Lopezosa, C., & Codina, L. (2023a).** *ChatGPT y software CAQDAS para el análisis cualitativo de entrevistas: pasos para combinar la inteligencia artificial de OpenAI con ATLAS.ti, Nvivo y MAXQDA*. Departament de Comunicació. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
<http://hdl.handle.net/10230/55477>
- **Lopezosa, C., Codina, L., & Ferran-Ferrer, N. (2023b).** *ChatGPT como apoyo a las systematic scoping reviews: integrando la inteligencia artificial con el framework SALSA*. Barcelona: Universitat de Barcelona. <http://hdl.handle.net/2445/193691>



Universidad del Desarrollo

Bibliografía destacada

- **Negredo, S. (2024).** *Edición de Medios Digitales: guía del trabajo periodístico 2024/2025.* Universidad de Navarra. <https://bit.ly/emd24guia>
- **Newman, N. (11 de enero de 2023).** Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2023. Obtenido de *Reuters Institute for the Study of Journalism*: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2023>
- **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.



Universidad del Desarrollo

Forma recomendada de citación

- Apablaza-Campos, Alexis (2025). *Inteligencia artificial para la generación de contenidos: tendencias, casos y experiencias*. Santiago: Universidad del Desarrollo [40 diapositivas, presentación en pdf]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16519011>