

JORNADA



RE-EVOLUCIÓN DEL CONTENIDO: IA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



GENERALITAT
VALENCIANA

emece 
marketing & comunicació

ÍNDICE

- Objetivos. (Pág 2)
- Programa (Pág 3)
- Organización (Pág 4)
- Identidad gráfica (Pág 5)
- Landing (Pág 6)
- Inscripciones (Pág 8)
- Ponencia de apertura - Vicente Castillo (Pág 12)
 - Presentación (Pág 12)
 - PDF ponencia (Pág 13)
 - Fotografías (Pág 40)
- Mesa redonda (Pág 41)
 - Presentación (Pág 41)
 - Fotografías (Pág 42)
- Taller IA generativa - Marcos García (Pág 48)
 - Presentación (Pág 48)
 - PDF ponencia (Pág 49)
 - Fotografías (Pág 63)
- Nota de prensa (Pág 65)
- Aparición en medios (Pág 67)
- Redes sociales (Pág 70)

OBJETIVOS

Con esta jornada hemos pretendido acercar **a todo tipo de trabajadores o freelancers del ámbito de la comunicación** las ventajas que la inteligencia artificial puede aportar, así como las formas de combatir los efectos negativos que pueda generar.

Dirigido a **profesionales de los medios de comunicación**, periodistas, editores y directores, profesionales de la tecnología e IA, estudiantes relacionados con el ámbito de la comunicación, **creadores de contenido, publicistas, influencers...**

Empezamos con una ponencia en la que **exploramos el impacto actual y futuro de la Inteligencia Artificial** en nuestras vidas. Cómo la IA ha evolucionado desde sus inicios como un concepto abstracto hasta convertirse en una fuerza transformadora en diversas industrias.

Además, tratamos de comprender tanto sus posibilidades como sus limitaciones, así como el papel crucial de la ética y la responsabilidad en su desarrollo y aplicación.

Después, realizamos una **mesa redonda con profesionales de diferentes medios** para debatir sobre cómo afecta la IA a los medios de comunicación y qué medidas están implementando.

La jornada finalizó con un **taller explicativo y demostrativo de Inteligencia Artificial generativa** como herramienta de trabajo por un experto en IA.

PROGRAMA

9:30 h - 9:45 h

Recepción de los asistentes

9:45 h - 9:50 h

Bienvenida y Presentación Institucional

9:50 h - 10:30 h

Ponencia de apertura - Qué es la IA y hacia donde vamos
Vicente Castillo, CIO de ZEUS.

10:30 h - 11:30 h

Mesa Redonda - Cómo afecta a la comunicación y medios, y qué medidas se están implementando

Javier Alfonso, Director Valencia Plaza, Rafa Navarro, CEO de Innsomnia (Ex-Director de El Mundo Valencia) y José Luis Valencia, Director del Levante, moderado por Eduardo Alcalde, periodista (Ex-Director de Onda Cero y A3 Radio).

11:30 h - 12:10 h

Taller - IA generativa como herramienta de trabajo

Marcos García, CMO en Drumap.

12:10 h - 12:30 h

Cocktail y Networking entre los asistentes



Lunes 6 de Mayo a las 9:30h



Salón de actos de Cámara Valencia

C/Poeta Querol 15 - 46002 València

ORGANIZACIÓN

Las funciones que ha realizado la organización son las siguientes:

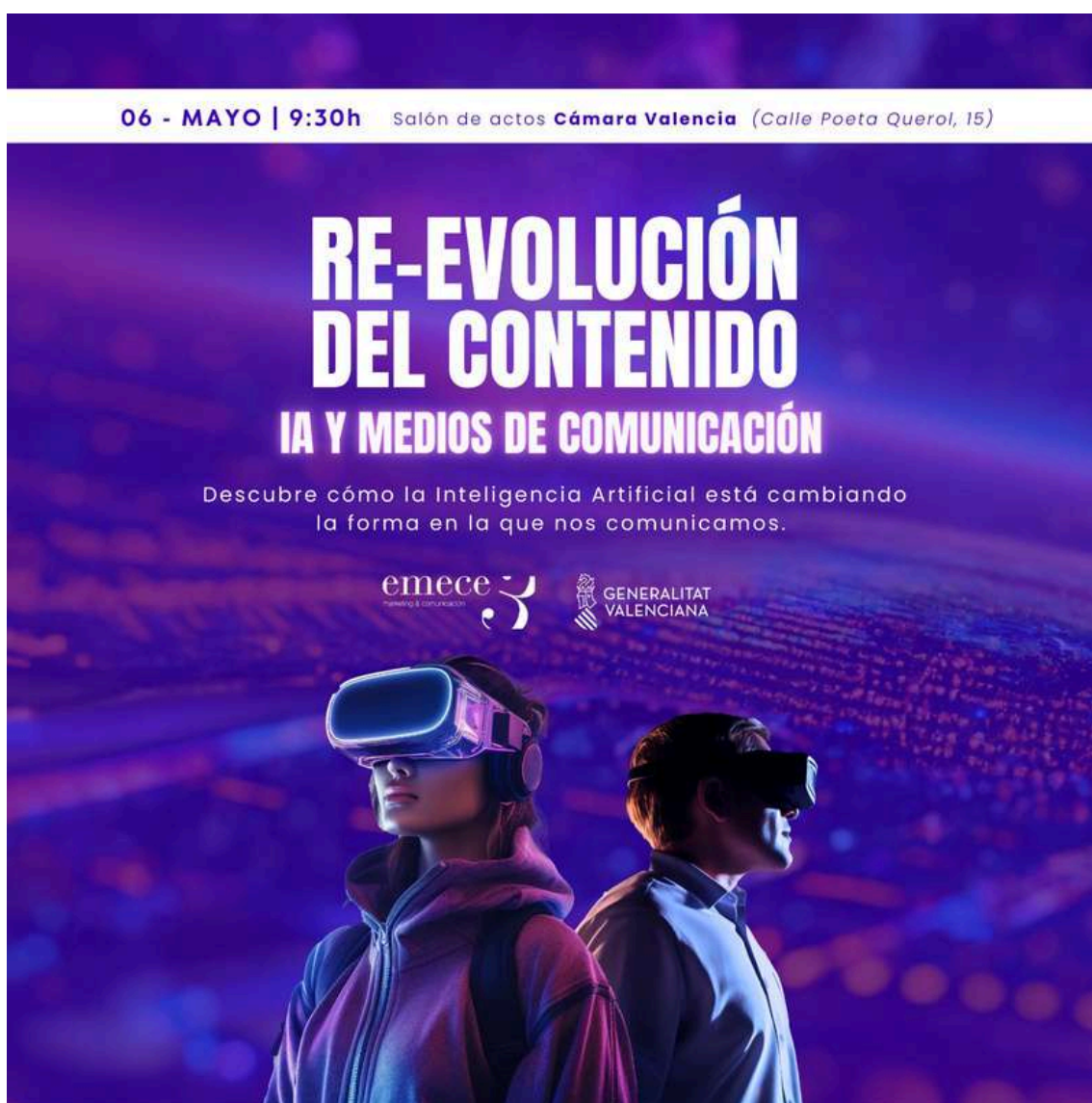
- La coordinación y contacto de los diferentes participantes en la mesa redonda, así como el responsable de la apertura y clausura del evento.
- Gestión y reserva del local asignado para la realización del evento. (Cámara Valencia)
- Diseño del material y contacto con medios para su difusión.
- Gestión de los medios técnicos necesarios para la gestión, grabación y fotografía del encuentro.
- Gestión y contacto de los asistentes al evento.
- Realización y envío de nota de prensa sobre el encuentro a los diferentes medios de comunicación en Valencia.
- Realización de píldoras informativas sobre las conclusiones del evento para compartir en redes sociales.



IDENTIDAD GRÁFICA

En primer lugar, pensamos en el nombre de la jornada y diseñamos una identidad gráfica que reflejara la temática principal: la **Inteligencia Artificial**.

Utilizamos tonos morados e imágenes futuristas para ello.



LANDING

Después, creamos una página web con toda la información sobre el evento y acceso directo a la página de Eventbrite para las inscripciones. **Enlace a la landing**

The screenshot shows a landing page for an event titled "Re-Evolución del contenido" (Re-Evolution of content). The page has a dark purple background with a grid pattern. At the top, there's a navigation bar with links: "¿A quién va dirigido?", "Programa", "Participantes", and "Inscríbete". The main heading is "Re-Evolución del contenido" in large white letters, followed by the subtitle "IA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN". Below this, a paragraph explains that the page explores how Artificial Intelligence is changing the way we communicate, consume information, and generate content. A prominent button says "¡INSCRÍBETE GRATIS AHORA!". A light blue banner at the bottom of the main section provides event details: "Lunes 6 de mayo a las 9:30h | Salón de actos de Cámara Valencia: C/Peeta Queral 15 - 46002 València → ¡INSCRÍBETE GRATIS!".

Below the banner, the page is titled "Dirigido a profesionales y estudiantes de:" (Directed to professionals and students of:). It lists three target groups:

- Medios de Comunicación** (Media): Represented by a stylized 'A' icon. Description: Periodistas, editores, directores, productores de contenido, que deseen entender cómo la inteligencia artificial está afectando la producción de noticias, la investigación de historias, la personalización de contenidos...
- Marketing Digital** (Digital Marketing): Represented by a share icon. Description: Community managers, copywriters y creadores de contenido / influencers interesados en la generación de contenido gracias a la IA.
- Industria Creativa** (Creative Industry): Represented by a gear icon. Description: Diseñadores gráficos, fotógrafos, videógrafos, y otros creativos, interesados en explorar cómo la IA puede potenciar su trabajo en la creación de contenido visual y multimedia para los medios de comunicación y las redes sociales.

The bottom section is titled "Programa:" (Program:) and lists the event schedule:

- 9:30 - 9:45 | **Recepción de los asistentes**
- 9:45 - 9:50 | **Bienvenida y Presentación Institucional**
- 9:50 - 10:30 | **Ponencia de Apertura: Qué es la IA y hacia dónde vamos**
Vicente Castilla, CIO de ZEUS
- 10:30 - 11:30 | **Mesa Redonda: Cómo afecta a la comunicación y medios, y qué medidas se están implementando.**
Javier Alfonso, Director Valencia Plaza, Rafa Navarro, CEO de Insomnia (Ex-Director de El Mundo Valencia) y José Luis Valencia, Director del Levante, moderado por Eduardo Alcalde, periodista (Ex-Director de Onda Cero y A3 Radio).
- 11:30 - 12:10 | **Taller: IA generativa como herramienta de trabajo**
Marcos García, Business Development en INNSAI
- 12:10-12:30 | **Cocktail y Networking entre los asistentes**

LANDING

Enlace a la landing de la jornada



Vicente Castillo
CIO de ZEUS

Cómo afecta a la comunicación y medios, y qué medidas se están implementando

Mesa redonda

Analizaremos cómo la inteligencia artificial está transformando el panorama de los medios de comunicación y las estrategias que se están implementando para adaptarse a este nuevo paradigma. ¡Una oportunidad única de explorar el futuro de la comunicación con destacados profesionales!

Qué es la IA y hacia dónde vamos

Ponencia de apertura

Este es el punto de partida de una jornada llena de conocimiento e innovación. Es la clave para entender cómo la inteligencia artificial está transformando la forma en que consumimos información, nos comunicamos y generamos contenido.



Javier Alfonso
Director Valencia Plaza



Rafa Navarro
CEO de INNSOMNIA | Ex-Director de El Mundo Valencia



José Luis Valencia
Director del Levante



Eduardo Alcalde
Moderador | Periodista (Ex-Director de Onda Cero y A3 Radio)



Marcos García
Chief Marketing Officer de Drumup

IA Generativa como herramienta de trabajo

Taller práctico

La inteligencia artificial ha marcado un antes y un después, esta tecnología disruptiva está redefiniendo todo, incluso nuestra manera de trabajar. En este taller aprenderás de manera práctica cómo utilizar la IA para potenciar tu rendimiento y ser más productivo.

¡Tráete tu pc para aprovechar al máximo este workshop!

¡INSCRÍBETE GRATIS AHORA!

Creamos un evento en Eventbrite con información sobre la jornada través del cual se podían realizar las inscripciones y llevar un seguimiento. **[Enlace al evento de Eventbrite.](#)**



INSCRIPCIONES

Acerca de este evento

Fecha: Lunes 6 de mayo de 2024

Horario: 09:30

Lugar: Cámara Valencia - Salón de Actos (C/ Poeta Querol, 15, 46002, València)

En un mundo cada vez más interconectado y digitalizado, la inteligencia artificial (IA) está transformando la manera en que nos comunicamos, consumimos información y generamos contenido.

Este evento reúne a expertos de diversas disciplinas para explorar el impacto y las oportunidades que la IA ofrece en el ámbito de los medios de comunicación y la creación de contenido.

Únete a nosotros para descubrir:

- **El futuro de los medios de comunicación:** ¿Cómo está cambiando la IA la forma en que se producen, distribuyen y consumen las noticias? ¿Qué oportunidades y desafíos presenta esta transformación para periodistas, editores y audiencias?
- **IA generativa como herramienta de trabajo:** Sumérgete en el emocionante mundo de la IA generativa y descubre cómo esta tecnología está siendo empleada como una herramienta creativa y de trabajo en diversas industrias.
- **Ética y responsabilidad:** A medida que la IA se integra más profundamente en nuestros medios y redes sociales, surgen importantes preguntas éticas y de responsabilidad. ¿Cómo podemos asegurar que la IA se utilice de manera justa, transparente y responsable en el ámbito de la comunicación digital?

¡Te esperamos!

Tags

Eventos en España

Eventos en Provincia de Valencia

Cosas que hacer en Valencia

Valencia Seminars

Valencia Ciencia y tecnología Seminars

#redessociales

#futuro

#ia

#medios

#rrss

#inteligenciaartificial

#mediosdecomunicación

#creaciondecontenido

#iagenerativa

#generaciondecontenido

Organizador

Emece3

Contactar

Seguir

INSCRIPCIONES

Lanzamos **65 entradas** que se agotaron en unas horas y ampliamos hasta 80.

En 48 horas ya no quedaban plazas.

Finalmente, vinieron **58 personas** el día de la jornada.

Panel de control

Entradas vendidas

80/80

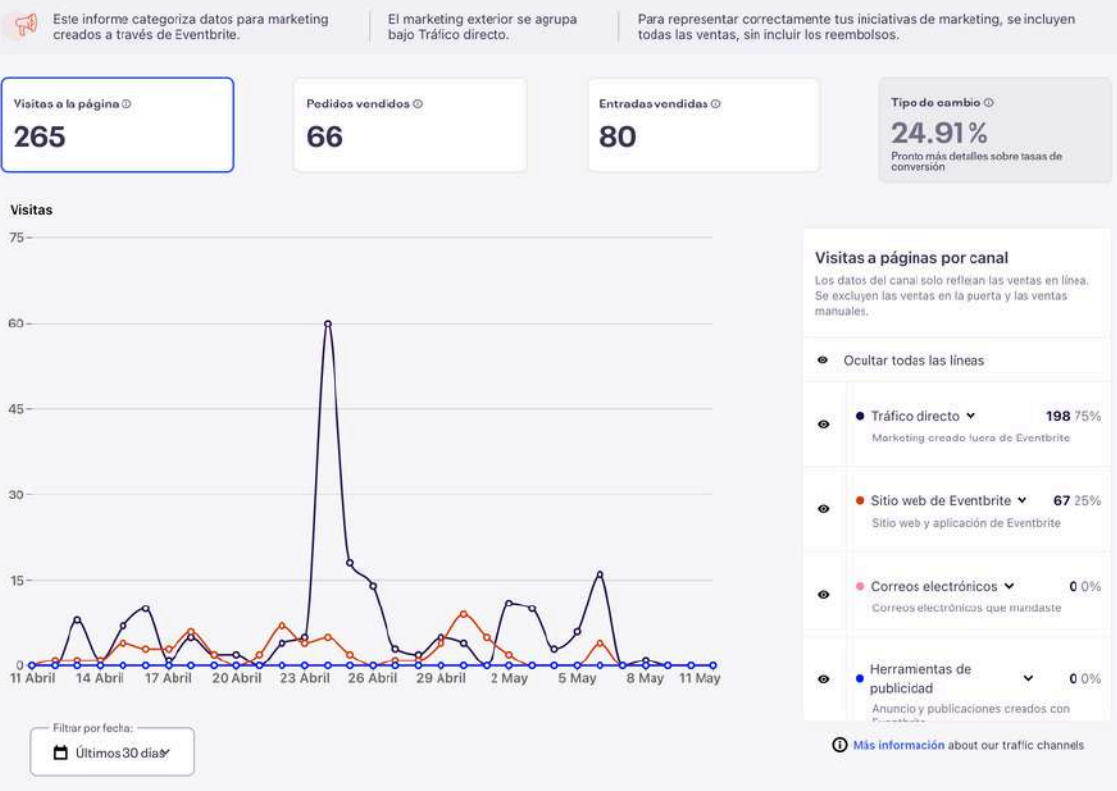
0 de pago • 80 gratis

Vistas de la página

281

67 de Eventbrite

Abrir [informe de visitas a la página](#)



INSCRIPCIONES

Al día siguiente de la jornada se envió un e-mail a los asistentes con un **certificado de asistencia** a título personal.

En versión digital y para impresión.

Y además aprovechamos para compartir los enlaces a las noticias que se habían publicado en medios.

Aquí tienes tu certificado de asistencia a la jornada "Re-evolución del Contenido IA en los Medios de Comunicación"

Jorge Beltrán <jorgebrandez@gmail.com>

para Eduardo ▾

¡Hola, Eduardol

Te enviamos el certificado de asistencia a la jornada "Re-evolución del Contenido IA en los Medios de Comunicación" organizado por Emece3 en colaboración con la Generalitat Valenciana.

Aprovechamos para compartir contigo las noticias que han salido en medios al respecto:

[El Levante - EMV, «La IA puede ayudar a los medios, pero el trabajo humano siempre será necesario»](#)

[Valencia Plaza «Vicente Castillo: "La IA está remodelando nuestro panorama mediático"»](#)

[Publicación en LinkedIn de Eduardo Alcalde, organizador del evento.](#)

¡Gracias por la asistencia y nos vemos en la próxima!



PONENCIA DE APERTURA

9:50 h



Vicente Castillo - CIO de ZEUS

Su objetivo profesional es gestionar o ser parte de un equipo de trabajo en proyectos tecnológicos y multidisciplinarios.

Dirige proyectos a cargo de un equipo de 6 a 8 desarrolladores para el análisis de las fuentes de datos del cliente.

CIO de Zeus desde Enero 2022 con responsabilidad sobre la innovación tecnológica, y apoyo al desarrollo comercial internacional, incluyendo la creación y gestión del equipo de desarrollo en Inteligencia Artificial de la empresa.



PONENCIA DE APERTURA

¿Qué es la IA y hacia dónde vamos?


Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

El acceso a los contenidos de esta obra y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como para usos enmarcados en actividades de investigación y docencia. Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa del titular de los derechos. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara la razón social del titular y el título de la obra.

ZEUS



Vicen Castillo
CIO Zeus

 vicentecastillo1
 v.castillo@zeus.vision

Somos expertos en la adquisición, el análisis y la visualización de datos, con un enfoque permanente en las personas.

Ayudamos a las empresas a gestionar sus datos y convertirlos en negocio. Nuestro punto fuerte es simplificar el día a día de las empresas, ayudándolas a optimizar y gestionar sus datos y, en definitiva, a tomar decisiones ágiles, potenciando a los equipos y no dejando nada al azar.

PONENCIA DE APERTURA

¿Qué es Zeus?



Empresa líder en la **visualización de datos** y en el desarrollo de **Command Center** totalmente a medida. Ayudamos a las empresas a tomar decisiones de forma ágil y en tiempo real, dando una visión transversal de la compañía a los equipos.

Smart Visual Data

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

¿Qué es la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial (IA) es una rama de la informática que se enfoca en **desarrollar algoritmos y técnicas** que permiten a las máquinas **realizar tareas que**, normalmente, **requieren inteligencia humana**, como el aprendizaje, la resolución de problemas, la toma de decisiones, entre otros. La idea es crear sistemas que imiten la inteligencia humana y que puedan interactuar con el mundo de manera efectiva.

Las matemáticas y la estadística, potenciadas por los avances del hardware, la velocidad de procesamiento y el big data han dando lugar a la explosión de la IA

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿Qué es la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial (IA) es una rama de la informática que se enfoca en **desarrollar algoritmos y técnicas** que permiten a las máquinas **realizar tareas que**, normalmente, **requieren inteligencia humana**, como el aprendizaje, la resolución de problemas, la toma de decisiones, entre otros. La idea es crear sistemas que imiten la inteligencia humana y que puedan interactuar con el mundo de manera efectiva.

Las matemáticas y la estadística, potenciadas por los avances del hardware, la velocidad de procesamiento y el big data han dando lugar a la explosión de la IA

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Historia de la IA

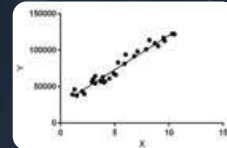


Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

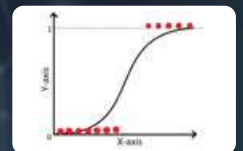
PONENCIA DE APERTURA

Algoritmos de la IA

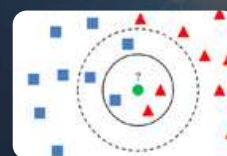
Los algoritmos de inteligencia artificial son un conjunto de reglas y procedimientos matemáticos que permiten a un sistema informático realizar tareas inteligentes. Los algoritmos de IA pueden ser utilizados en una amplia variedad de aplicaciones, como reconocimiento de voz e imágenes, traducción automática, juegos o sistemas expertos, entre otros.



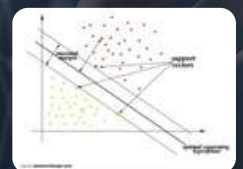
Regresión lineal



Regresión logística



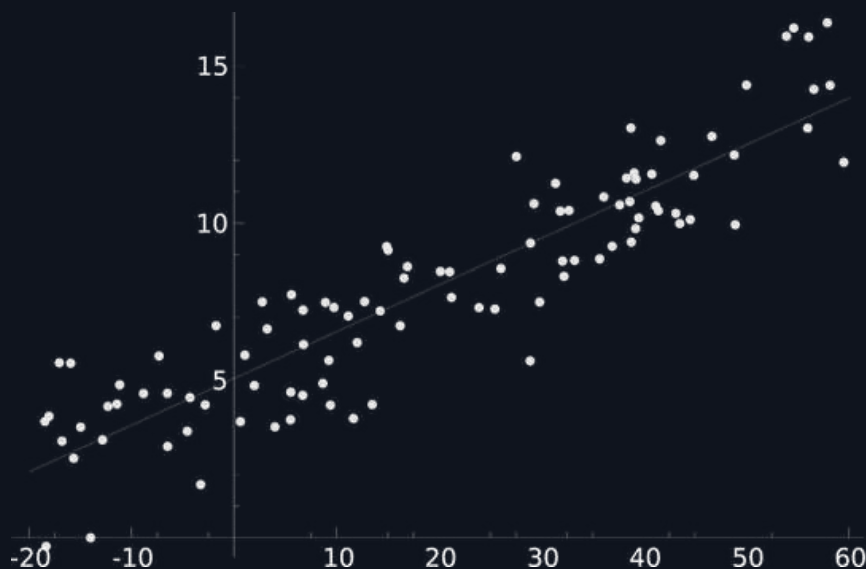
K-nearest
neighbours



Support vector
machines

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

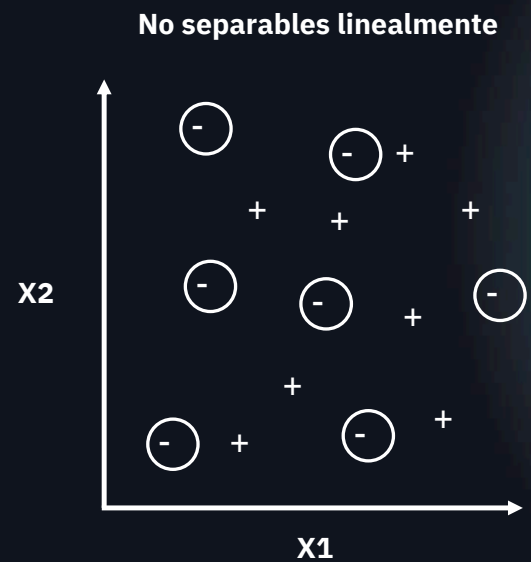
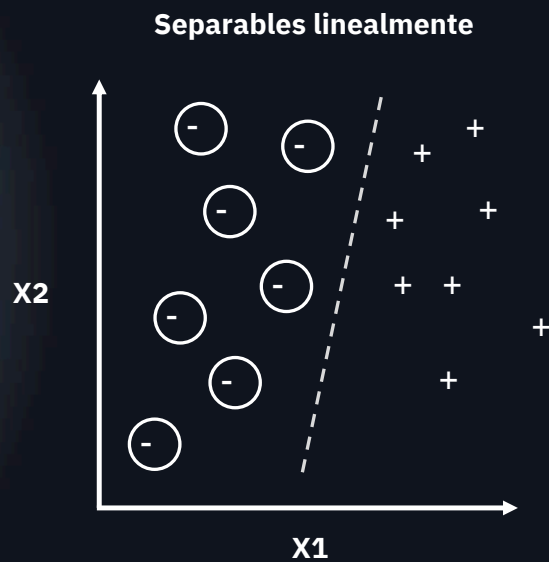
Regresión lineal



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

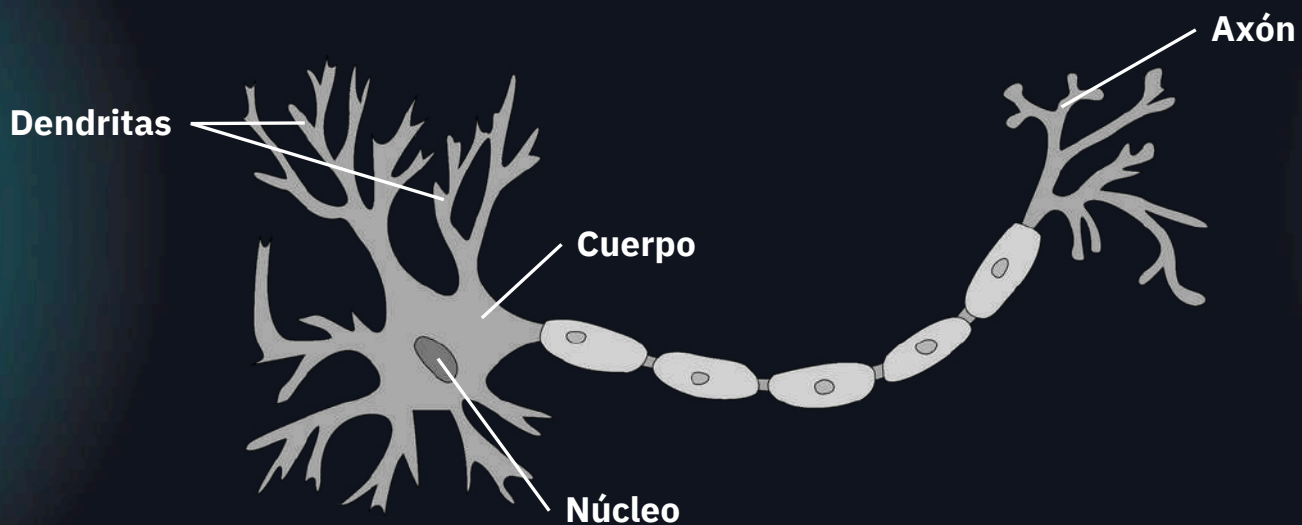
PONENCIA DE APERTURA

Clasificación



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

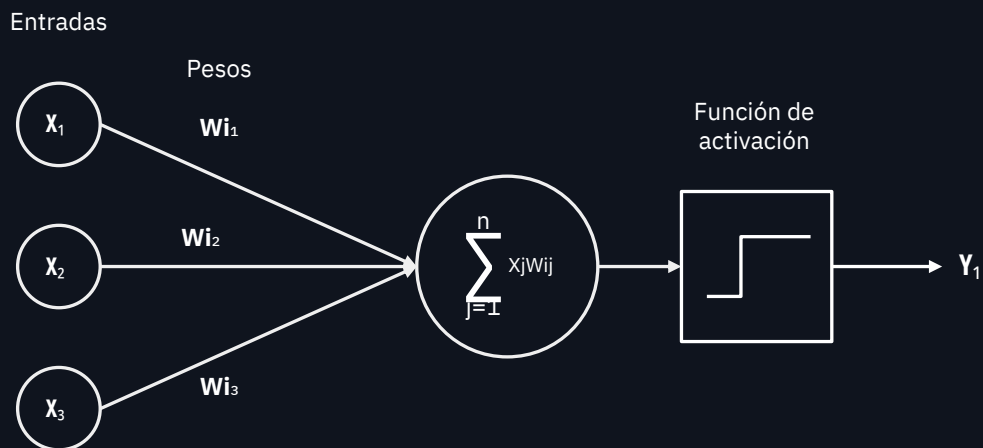
Redes neuronales



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

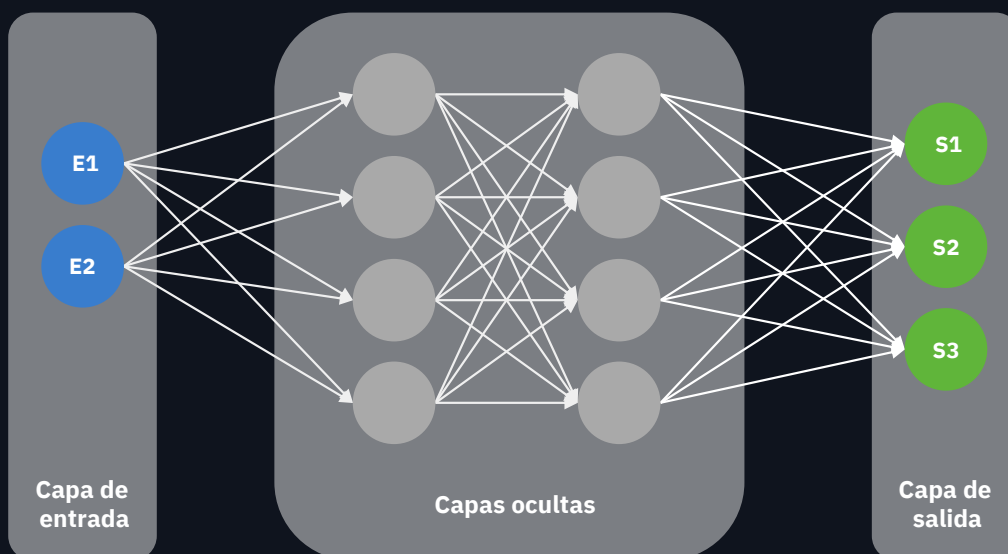
PONENCIA DE APERTURA

Redes neuronales



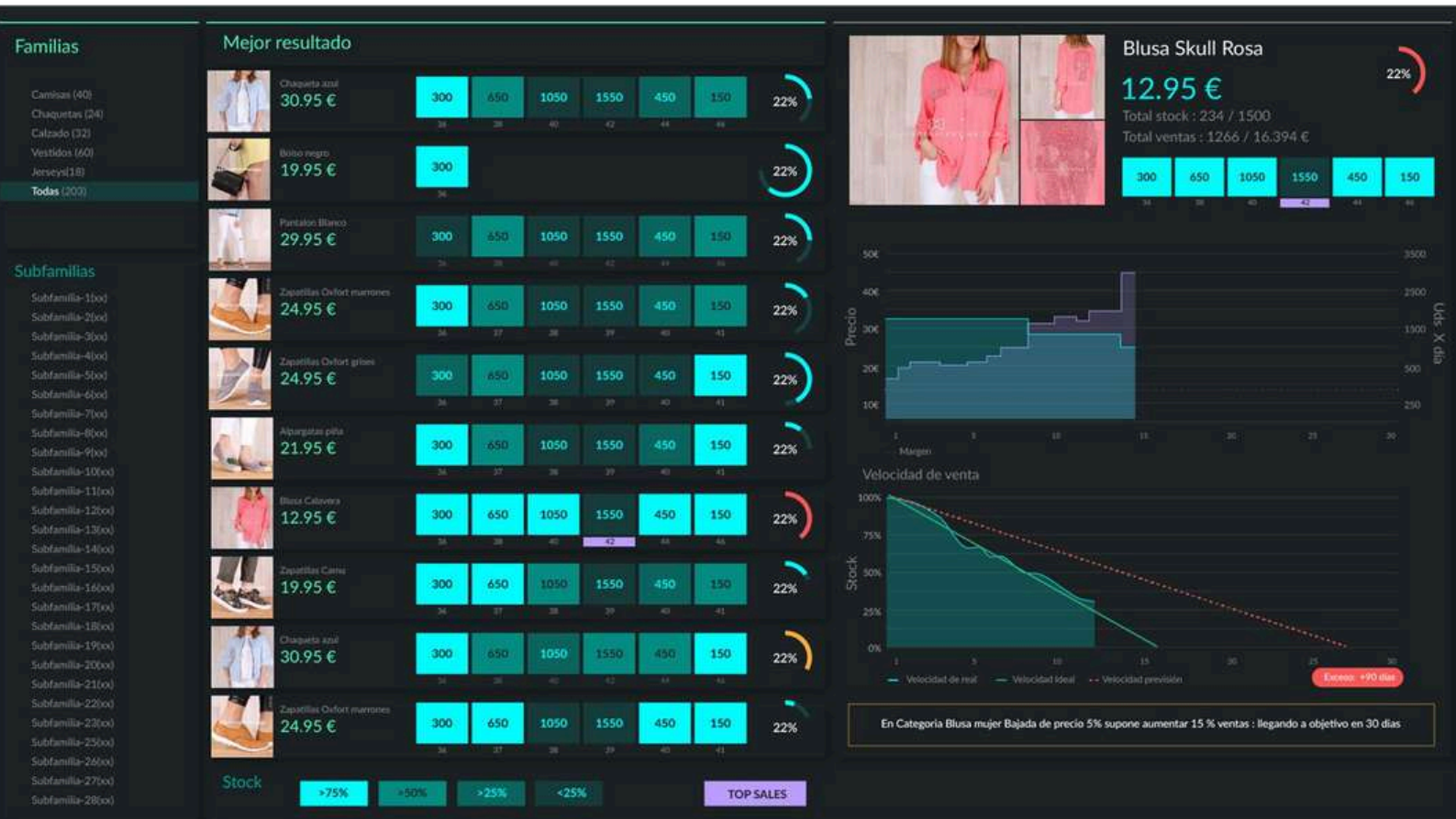
Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Redes neuronales



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA



Blusa Skull Rosa

12.95 €

Total stock : 234 / 1500

Total ventas : 1266 / 16.394 €

300 650 1050 1550 450 150

22%

Precio

40€

30€

20€

10€

0€

1

5

10

15

20

25

30

Margen

Velocidad de venta

100%

75%

50%

25%

0%

1

5

10

15

20

25

30

Stock

Velocidad de real

Velocidad ideal

Velocidad prevision

Exceso: +90 días

En Categoría Blusa mujer Bajada de precio 5% supone aumentar 15 % ventas : llegando a objetivo en 30 días

Servicios cloud de la IA

	Amazon ML	Microsot Azure ML Studio	Google Vertex AI	IBM Watston ML Model Builder
Clasificación	✓	✓	✓	✓
Regresión	✓	✓	✓	✓
Clustering	✓	✓	✓	✗
Detección anómala	✗	✓	✓	✗
Recomendación	✗	✓	✓	✗
Ranking	✗	✓	✓	✗

PONENCIA DE APERTURA

Servicios cloud de la IA

	Amazon ML	Microsoft Azure ML Studio	Google Vertex AI Cloud ML Engine	IBM Watson ML Model Builder IBM Watson ML Studio
	Amazon SageMaker	Azure ML Services		
Algoritmos integrados	✓	✗	✗	✓
Frameworks soportados	TensorFlow, MXNet, Keras, Gluon, Pytorch, Caffe2, Chainer, Torch	TensorFlow, scikit-learn, Microsoft Cognitive Toolkit, Spark ML	TensorFlow, scikit-learn, XGBoost, Keras	TensorFlow, Spark MLlib, scikit-learn, XGBoost, Pytorch, IBM SPSS, PMML

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Procesamiento del lenguaje natural Agentes conversacionales dedicados



PONENCIA DE APERTURA

Procesamiento del lenguaje natural Agentes conversacionales dedicados con diálogo



Siri



Ok Google



Alexa

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Procesamiento del lenguaje natural Chatbots



Dialogflow



IBM Watson™

ChatGPT



Examples



OpenAI



Capabilities



Limitations

"Explain quantum computing in simple terms"

Remembers what user said earlier in the conversation

May occasionally generate incorrect information

"Get any creative ideas for a 10 year old's birthday?"

Allows user to provide follow-up corrections

May occasionally produce harmful instructions or biased content

"How do I make an HTTP request in Javascript?"

Trained to decline inappropriate requests

Limited knowledge of world and events after 2021



Amazon Lex



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

ChatGPT



Arquitectura Transformer
(Vaswani et al, 2017)

175 billones de parámetros

45k GB texto

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

ChatGPT



Fundada en 2015 por

→ NoE leosn dMeu sGkoogle...

→ NiS daem TAeltsmlaa...n

→ Greg Brockman

→ NiI ldyea SEulotsnk eMveursk...

→ Wojciech Zaremba

→ John Schulman



...solo

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Licencias API ChatGPT

OpenAI no es de código abierto

Ada (más rápida)

0,0004 \$/1K tokens

Babbage

0,0005 \$/1K tokens

Curie

0,0020 \$/1K tokens

Davinci (más potente)

0,0200 \$/1K tokens

Empieza gratis

Empieza a experimentar con 18 \$ en crédito gratuito que podrás utilizar durante tus 3 primeros meses.

Pago por uso

Para simplificar y flexibilizar las cosas, pagas solo por los recursos que utilizas.

Elige tu modelo

Utiliza el modelo adecuado para cada trabajo. Amplia gama de capacidades y precios.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Aplicaciones de ChatGPT a la empresa

Negocio

Cómo crear un plan de negocio

Cómo crear un presupuesto

Cómo crear un presupuesto para un target

Cómo empezar un negocio

Cómo crear un horario diario

Cómo invertir en bolsa

Cómo planear un viaje de trabajo

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Aplicaciones de ChatGPT a la empresa

Marketing

Cómo escribir un artículo

Cómo empezar una estrategia en redes sociales

Cómo crear un plan de marketing

Cómo empezar un blog

Cómo empezar un podcast

Cómo crear un catálogo

Cómo hacer un logotipo

Cómo hacer una newsletter

Cómo crear un calendario de contenido

Cómo optimizar el motor de búsqueda de una web

Compila una lista de 10 frases clave relacionadas con el tema [viaje a Londres]

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Aplicaciones de ChatGPT a la empresa

Productividad

Cómo crear una web

Cómo empezar un negocio

Cómo utilizar un nuevo programa informático

Cómo hacer una tarjeta de visita

Cómo optimizar el motor de búsqueda de un sitio web

Quiero que funciones como una hoja excel basada en texto. Sólo responderás usando la hoja Excel basada en texto con 10 filas y números de fila y letras de celda como columnas (A hasta L). La cabecera de la primera columna debería dejarse en blanco como referencia de la fila. Te diré qué introducir en cada celda, y sólo responderás con los resultados de la tabla excel como texto. Evita escribir explicaciones. Escribiré fórmulas para que las ejecutes, y sólo responderás con los resultados en texto de la tabla Excel. Primero, por favor responde con una hoja en blanco

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Aplicaciones de ChatGPT a la empresa

Desarrollo de software

Crea un tutorial para optimizar el rendimiento del código usando ChatGPT

Cómo hacer que un sitio web sea apto para móviles

Cómo hacer un videojuego

Cómo crear un website

Cómo hacer un juego

Cómo hacer una web responsive

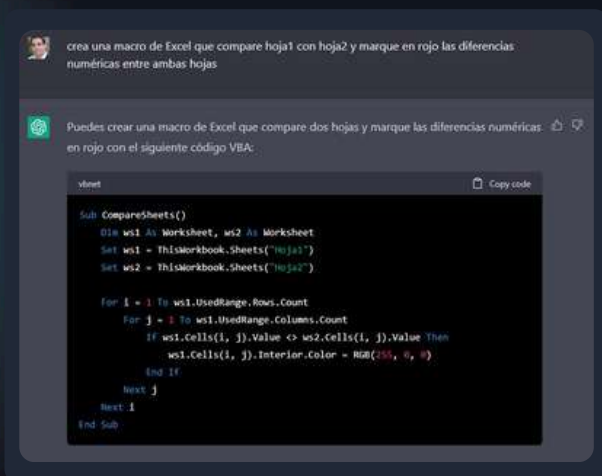
Cómo crear una web para un negocio pequeño

Cómo crear una web para una tienda online

Escribe el código de un programa en php que lea las publicaciones de la API de Facebook y las guarde en una base de datos MySQL

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Conversaciones con ChatGPT



Para usar esta macro, haz lo siguiente:

1. Haz clic en "Developer" en la cinta de opciones de Excel.
2. Haz clic en "Macros" y luego en "Create".
3. Escribir un nombre para la macro y hacer clic en "Create".
4. Pegar el código VBA en el editor de VBA.
5. Haz clic en "Run" para ejecutar la macro.

La macro comparará cada celda en "Hoja1" con la correspondiente en "Hoja2" y marcará en rojo las celdas con valores diferentes. Puedes cambiar los nombres de las hojas de trabajo si deseas comparar hojas diferentes.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Conversaciones con ChatGPT

escribe el código de un programa en php que lee las publicaciones de la API de Facebook y las guarde en una base de datos MySQL.

Aquí te muestro un ejemplo de código en PHP que lee las publicaciones de la API de Facebook y las guarde en una base de datos MySQL:

```
php
<?php

// Conexión a la base de datos MySQL
$host = "hostname";
$user = "username";
$password = "password";
$dbname = "database_name";

$conn = mysqli_connect($host, $user, $password, $dbname);

if (!$conn) {
    die("Connection failed: " . mysqli_connect_error());
}

// URL de la API de Facebook
$url = "https://graph.facebook.com/v8.0/page_id/posts?access_token=access_token";

// Llamada a la API de Facebook
$posts = file_get_contents($url);
$posts = json_decode($posts, true);
```

propón la programación de reuniones de un equipo de desarrollo de software basado en SCRUM con sprints de 2 semanas de duración

Aquí te propongo una programación de reuniones para un equipo de desarrollo de software basado en SCRUM con sprints de 2 semanas de duración:

- Reunión de Planeación de Sprint (al inicio de cada sprint):
 - Duración: 2 horas
 - Participantes: equipo de desarrollo, Product Owner y Scrum Master
 - Propósito: definir y planificar los objetivos y tareas del sprint siguiente
- Daily Scrum (diariamente):
 - Duración: 15 minutos
 - Participantes: equipo de desarrollo
 - Propósito: revisar el progreso y planificar el trabajo del día
- Revisión de Sprint (al final de cada sprint):
 - Duración: 1 hora
 - Participantes: equipo de desarrollo, Product Owner y stakeholders relevantes
 - Propósito: demostrar el trabajo completado durante el sprint y recibir retroalimentación
- Reunión de Retrospectiva (al final de cada sprint):

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Conversaciones con ChatGPT

crea una macro de excel que tome los valores de la columna A y la columna B de la hoja1 y dibuje la función de regresión lineal basada en un polinomio de tercer grado para predecir valores futuros de la columna B en función de los valores de la columna A

Puedes crear una macro de Excel que tome los valores de la columna A y la columna B de una hoja y dibuje la función de regresión lineal basada en un polinomio de tercer grado con el siguiente código VBA:

```
vba
Sub PolynomialRegression()
    Dim ws As Worksheet
    Set ws = ThisWorkbook.Sheets("Hoja1")

    Dim X As Range, Y As Range
    Set X = ws.Range("A2:A" & ws.Rows.Count).End(xlUp).Row
    Set Y = ws.Range("B2:B" & ws.Rows.Count).End(xlUp).Row

    Dim TrendLine As Object
    Set TrendLine = X.Worksheet.Shapes.AddChart2(201, xlXYScatterLines, X, Y).Chart
    TrendLine.DisplayEquation = True
End Sub
```

Para usar esta macro, haz lo siguiente:

- Haz clic en "Developer" en la cinta de opciones de Excel.
- Haz clic en "Macros" y luego en "Create".
- Escribe un nombre para la macro y haz clic en "Create".



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿En qué punto está ChatGPT? Desarrollo

Junio de 2021 se congela su conocimiento y se crea un conjunto de datos de entrenamiento.

Todavía no tiene acceso a Internet para obtener información actualizada.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

¿En qué punto está ChatGPT? Impacto

Una de las áreas que más van a verse afectadas por esta tecnología es, sin duda, la educación

**Escritura
Redacciones
Resúmenes
Ensayos
Poesía**

Resolver problemas de nivel de secundaria y resolver preguntas de tipo test.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿En qué punto está ChatGPT?

Modelo de negocio -cambio de paradigma

Reemplazar búsquedas en Google
para encontrar información.

Realizar acciones en el mundo real
siguiendo nuestras instrucciones.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

¿En qué punto está ChatGPT?

Campo de batalla

Meta (Facebook)
Bing (Microsoft)
Google
Amazon

Galactica / Llama
ChatGPT
Bard / Gemini
Alexa TM (Teacher Model)

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿Cuáles son los siguientes pasos?



1. Investigación: Investigue usos actuales y futuros de IA en su sector.
2. Identificación de oportunidades: Identifique mejoras de procesos con IA.
3. Planificación estratégica: Integre IA en su estrategia empresarial.
4. Capacitación: Capacite a su equipo en el uso de IA.
5. Colaboración: Busque asesoramiento de expertos en IA.

Ejemplos de acciones: 1) leer artículos y estudios sobre IA, 2) evaluar procesos manuales para ver dónde se pueden automatizar, 3) incluir objetivos de IA en su plan estratégico, 4) ofrecer cursos y talleres para su equipo, 5) contactar a expertos en IA para consultar sobre soluciones específicas para su negocio.



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

¿Cuáles son los siguientes pasos?



1. Investigación: Investigue usos actuales y futuros de IA en su sector.
2. Identificación de oportunidades: Identifique mejoras de procesos con IA.
3. Planificación estratégica: Integre IA en su estrategia empresarial.
4. Capacitación: Capacite a su equipo en el uso de IA.
5. Colaboración: Busque asesoramiento de expertos en IA.

Ejemplos de acciones: 1) leer artículos y estudios sobre IA, 2) evaluar procesos manuales para ver dónde se pueden automatizar, 3) incluir objetivos de IA en su plan estratégico, 4) ofrecer cursos y talleres para su equipo, 5) contactar a expertos en IA para consultar sobre soluciones específicas para su negocio.



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿Cuáles son los siguientes pasos?



1. Investigación: Investigue usos actuales y futuros de IA en su sector.
2. Identificación de oportunidades: Identifique mejoras de procesos con IA.
3. Planificación estratégica: Integre IA en su estrategia empresarial.
4. Capacitación: Capacite a su equipo en el uso de IA.
5. Colaboración: Busque asesoramiento de expertos en IA.

Ejemplos de acciones: 1) leer artículos y estudios sobre IA, 2) evaluar procesos manuales para ver dónde se pueden automatizar, 3) incluir objetivos de IA en su plan estratégico, 4) ofrecer cursos y talleres para su equipo, 5) contactar a expertos en IA para consultar sobre soluciones específicas para su negocio.



Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

¿Cuáles son los siguientes pasos?



1. Investigación: Investigue usos actuales y futuros de IA en su sector.
2. Identificación de oportunidades: Identifique mejoras de procesos con IA.
3. Planificación estratégica: Integre IA en su estrategia empresarial.
4. Capacitación: Capacite a su equipo en el uso de IA.
5. Colaboración: Busque asesoramiento de expertos en IA.

Ejemplos de acciones: 1) leer artículos y estudios sobre IA, 2) evaluar procesos manuales para ver dónde se pueden automatizar, 3) incluir objetivos de IA en su plan estratégico, 4) ofrecer cursos y talleres para su equipo, 5) contactar a expertos en IA para consultar sobre soluciones específicas para su negocio.



Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

¿Qué es la IA Ética?

La Inteligencia Artificial Ética se refiere a la práctica de **diseñar, desarrollar y desplegar tecnologías de IA** de manera que **respeten los derechos humanos, la diversidad y los valores democráticos**.



Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

Dilemas éticos actuales en la tecnología

Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Sesgo y discriminación

Sesgos étnicos.

Tener tasas de error más altas para personas con piel de color oscuro en comparación con personas con piel de color claro.

Sesgos de género.

En reconocimiento de imagen, una fotografía se puede etiquetar diferente en función del género aparente.

Sesgos de edad, de ubicación geográfica...



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Sesgo y discriminación

¿Se trata sólo de un **problema técnico** relacionado con los datos y algoritmos...

Sesgos de datos

Desequilibrados o sesgados

Sesgos diseño y desarrollo de algoritmos

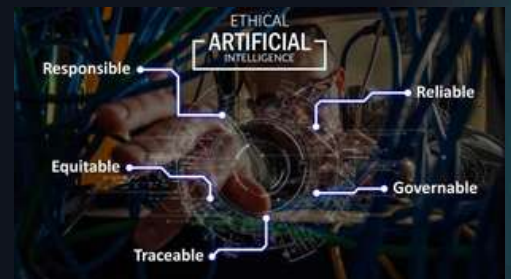
Elección de variables relevantes.

Sesgos contextuales

Un algoritmo puede funcionar bien en un entorno específico, pero no en otros.

Sesgos de confirmación

Algoritmos dando más peso a la información que confirma las expectativas preexistentes



Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Sesgo y discriminación

... o también se trata de un **desafío ético** sobre qué consideramos 'justo', o un **reto como sociedad?**

Sesgos de interpretación

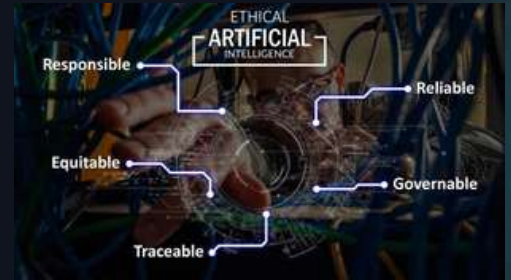
Humanos interpretando los resultados de manera que favorezcan la información que confirma sus creencias preexistentes.

Sesgos de retroalimentación

Reutilizar resultados de la IA como conjunto de datos de entrenamiento.

Sesgos de omisión

Utilizar datos para entrenar la IA que no incluyen ciertos grupos o situaciones



Sesgo y discriminación

“Un sesgo: es una falta de objetividad, y las personas, de manera inconsciente, muchas veces toman decisiones de esta forma.”

“En el mundo en que vivimos, donde **nuestras acciones se convierten en datos** que son recogidos por algoritmos, estos sesgos pueden visibilizarse e incluso exacerbarse en esta tecnología, que puede fomentar ciertos prejuicios discriminatorios.”

Idoia Salazar, presidenta y fundadora del Observatorio del Impacto Social y Ético de la Inteligencia Artificial (OdiseIA)



<https://www.odiseia.org/>

PONENCIA DE APERTURA

Sesgo y discriminación

Una reciente investigación aporta evidencia de que las personas podemos **heredar sesgos de la inteligencia artificial**.

“La IA tiene una influencia muy grande en las decisiones humanas: cada vez estamos más acostumbrados a sus recomendaciones”

“La inteligencia artificial nos contagia sus sesgos: hay que aprender a decirle que no”

Lucía Vicente y Helena Matute, psicólogas investigadoras de la Universidad de Deusto, Bilbao

<https://www.deusto.es/es/inicio/vive/actualidad/noticias/las-personas-pueden-heredar-los-sesgos-de-la-inteligencia-artificial/noticia>

https://www.eldiario.es/sociedad/inteligencia-artificial-contagia-sesgos-hay-aprender-decirle-no_1_10563146.html

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.



Imaginad que estáis diseñando un sistema de IA destinado a tomar decisiones importantes...

*¿Hasta qué grado podemos asegurarnos que las decisiones que propone el sistema de IA no reflejan **prejuicios humanos** existentes?*

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Privacidad y vigilancia

Uso de **datos personales sin consentimiento explícito** para entrenar sistemas de IA, plantea preguntas sobre el derecho a la privacidad y el control sobre la propia información.



¿Qué enfoques o políticas implementaríais para garantizar la máxima protección de la privacidad de estos datos?

2023

Ley de IA de la UE

Normas enfocadas a la seguridad, respeto de los DDHH, valores éticos y solidez técnica que evite daños accidentales.

Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

Autonomía y desempleo tecnológico

La IA podría reemplazar una amplia gama de trabajos, lo que plantea dilemas éticos sobre el impacto en el empleo y la economía.



*¿Cuales son las estrategias más efectivas para apoyar a los trabajadores cuyos empleos pueden ser **desplazados por la automatización**?*

Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.


PONENCIA DE APERTURA

Responsabilidad y toma de decisiones

BBC
<https://www.bbc.com/travel/article/20240222-air-ca...>

Airline held liable for its chatbot giving passenger bad advice

The passenger claimed to have been misled on the airline's rules for bereavement fares when the chatbot hallucinated an answer inconsistent with airline policy. The Tribunal in Canada's small claims court found the passenger was right and awarded them \$812.02 in damages and court fees. Feb 19, 2024



Forbes
<https://www.forbes.com/Business/Aerospace&Defense>

What Air Canada Lost In 'Remarkable' Lying AI Chatbot Case

The Washington Post
<https://www.washingtonpost.com/travel/2024/02/18>

Air Canada chatbot promised a discount. Now the airline ...

Feb 18, 2024 — A Canadian tribunal ruled that **Air Canada** owes Jake Moffatt money after the airline's chatbot provided him false information about ...

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Responsabilidad y toma de decisiones

¿Quién es responsable cuando un sistema de IA toma una decisión incorrecta o dañina?

Determinar la responsabilidad en ciertos casos es un desafío ético y legal complejo.



Cuando un sistema de IA toma una decisión que resulta en daños, ¿cómo deberíamos determinar la responsabilidad?

¿Debería recaer en los desarrolladores, en la empresa, en los reguladores, o en el

propio sistema de alguna manera?

¿Qué medidas preventivas y de mitigación podrían implementarse para minimizar los riesgos de decisiones erróneas o dañinas tomadas por sistemas de IA?

¿Cómo podemos asegurarnos de que los sistemas de IA se usen de manera segura y ética en situaciones críticas?

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

PONENCIA DE APERTURA

Optimización de recursos



Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados.

Medios de comunicación

Marketing digital

Industria creativa

Razones para adoptar IA:



- Desarrollo tecnológico en los últimos tiempos, sobre todo en IA generativa. Pero cuidado plataformas tecnológicas.
- Presión del mercado: si el modelo tradicional puede la IA traer cuestionado, ¿puede beneficio financiero modelos de negocio? incrementar mi audiencia, mi base de suscriptores, el tiempo que la gente se queda en mi página? Se espera que la IA proporcione
- mayor eficiencia y productividad, por ejemplo, acelerando los flujos de trabajo actuales, o mejorar la experiencia de producto.
- La dinámica de la industria
- El Hype y el Hope (incertidumbre).

Copyright © Smart Visual Data S.L., 2024. Todos los derechos reservados. www.zeus.vision

PONENCIA DE APERTURA

Medios de comunicación

Marketing digital

Industria creativa

Proceso de producción y distribución	Uso de sistemas de IA
Acceso y observación	Detección de información Análisis de audiencias y tendencias Detección de historias Búsqueda de nuevas ideas a partir de una noticia
Selección y filtrado	Verificación, comparación de afirmaciones y análisis de similitudes (por ejemplo, para la comprobación de hechos) Categorización de contenidos y/o documentos Análisis de conjuntos de datos Recopilación y análisis automatizados de datos estructurados (por ejemplo, datos financieros, bancarios y deportivos). Asistencia en la codificación de diversas tareas Transcripción y traducción de audio y vídeo Búsqueda en archivos y/o metadatos

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

Medios de comunicación

Marketing digital

Industria creativa



Impacto de la IA:

- Nuevas herramientas para el sector, no un cambio fundamental en las necesidades y motivos de que existan los propios sectores: seguimos necesitando acceder a información, reunirla, procesarla y paquetarla en noticias o contenido para llegar a audiencias existentes o nuevas.
- Cambia la forma de trabajar en estos sectores, tanto en el lado editorial como en el de la distribución y venta, aunque debe ir acompañado de incentivos institucionales.
- Estar en el lado ganador será haber invertido en I+D, en dedicar tiempo del personal en aprender, en atraer y retener talento, y estar preparado.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados. www.zeus.vision

PONENCIA DE APERTURA

Medios de comunicación

Marketing digital

Industria creativa

"As with any new technology entering the news, the effects of AI will neither be as dire as the doomsayers predict, nor as utopian hope." the enthusiasts

FELIX M. SIMON

https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php

Columbia Journalism Review.

GRACIAS



Impacto de la IA:

- En este tiempo, también los usuarios, la audiencia, necesita un tiempo para adaptarse a la IA, incluso pueden decidir hacia donde va dirigida y cómo afecta a los medios de comunicación, porque no dejan de ser garantes vitales del derecho a la información veraz.
- El impacto de la IA no es una decisión aislada: está afectada por la adopción que a su vez haga la sociedad y la economía. La concentración de control sobre la IA por parte de un puñado de grandes corporaciones tecnológicas debe seguir siendo un área clave de escrutinio y vigilancia, ya que el control sobre la infraestructura puede conferir poder.

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados. www.zeus.vision

Copyright © Smart Visual Data S.L, 2024. Todos los derechos reservados.

El acceso a los contenidos de esta obra y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como para usos enmarcados en actividades de investigación y docencia. Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa del titular de los derechos. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara la razón social del titular y el título de la obra.

¡Gracias!



Vicen Castillo

CIO | PMO Zeus



vicentecastillo1



v.castillo@zeus.vision

+34 655 356 352



PONENCIA DE APERTURA

Fotografías de la ponencia



PONENCIA DE APERTURA

Fotografías de la ponencia



PONENCIA DE APERTURA

Fotografías de la ponencia



MESA REDONDA

10:30 h



Javier Alfonso
Director de Valencia Plaza



Rafa Navarro
CEO de Innsomnia
(Ex-Director de El Mundo Valencia)



José Luis Valencia
Director Levante - EMV

Moderada por:

Eduardo Alcalde
Periodista
(Ex-Director de Onda Cero y A3 Radio)



MESA REDONDA

Fotografías de la mesa redonda



MESA REDONDA

Fotografías de la mesa redonda



MESA REDONDA

Fotografías de la mesa redonda



MESA REDONDA

Fotografías de la mesa redonda



TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

11:30 h



Marcos García - CMO en Drumap

Experto en Inteligencia competitiva, prompt engineering y captación de negocio para empresas B2B.

Ayuda a las empresas B2B en la definición de estrategias y embudos de captación, en la integración de herramientas de IA para marketing y ventas, en la asistencia estratégica en la implantación de CRMs, en la formación y optimización de sus equipos de marketing y en el diseño de los procesos comerciales que necesitan las empresas innovadoras.

También ha invertido y colabora en varios proyectos SaaS y EdTech.



TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Una intro a la IA generativa para producir contenido

MARCOS GARCÍA MARTÍ - 5/5/24

MADE WITH
beautiful.ai

índice

"La diferencia
entre el éxito y el
fracaso es el
cambio"

HENRY FORD

1 | UNA INTRODUCCIÓN
HISTÓRICA

2 | LA IA GENERATIVA
ACTUALMENTE

3 | PRINCIPALES
HERRAMIENTAS
DISPONIBLES

4 | PRECAUCIONES Y
RECOMENDACIONES

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Hola!

Marcos
García
Martí



EMPECÉ EN INTERNET CON UNO DE ESTOS

En 2001 hacía contenidos para Yahoo!



HE DIRIGIDO ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

En la mayoría de los casos con equipos muy especializados



USO IA TODOS LOS DÍAS EN DRUMAP.COM

Es fundamental para la escalabilidad de nuestro proyecto

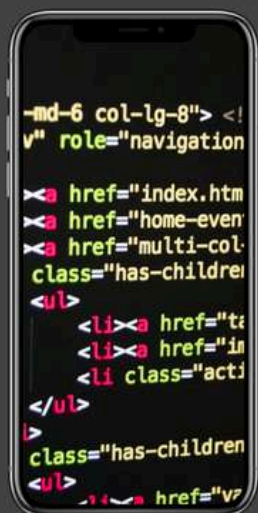
MADE WITH
beautiful.ai

Una introducción
histórica

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

¿Qué es una IA?



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Entendemos como Inteligencia Artificial "la habilidad de una máquina de presentar las mismas capacidades que los seres humanos, como el razonamiento, el aprendizaje, la creatividad y la capacidad de planear"

FUENTE - Parlamento Europeo, informe STOA

MADE WITH
beautiful.ai



Orígenes de la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial comenzó como un campo de estudio en la década de 1950, impulsada por la curiosidad científica y la posibilidad de crear máquinas que imitaran procesos cognitivos humanos.

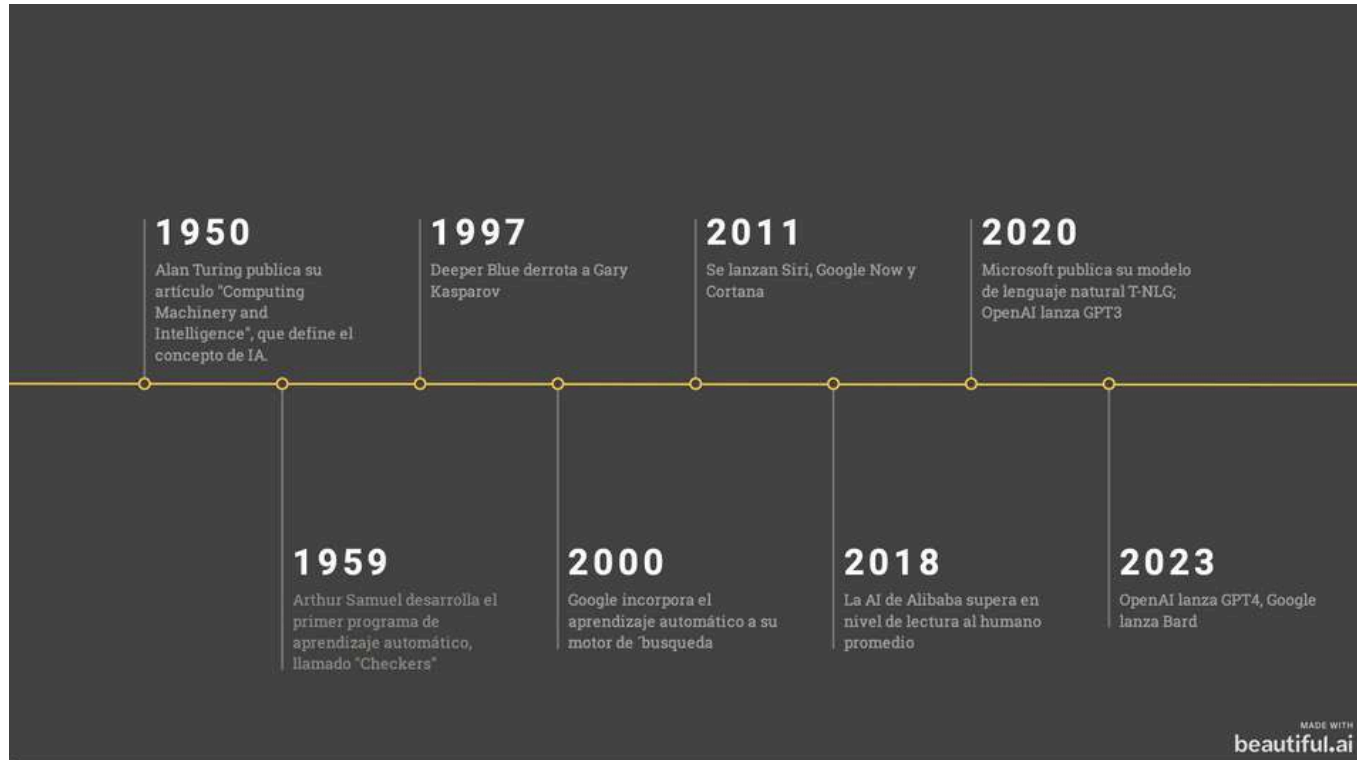
Desde los primeros conceptos teóricos hasta las primeras implementaciones prácticas, la IA ha sido una fusión de múltiples disciplinas, incluyendo matemáticas, psicología y ciencias de la computación.

Este viaje ha llevado a la IA desde la simple automatización hasta sistemas que pueden aprender y tomar decisiones complejas, influyendo significativamente en nuestra sociedad y economía.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

JORNADA



TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA



TIPOLOGIAS DE IA

Podemos clasificar las IAs de diferente manera

PRINCIPALES CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN

- EN FUNCIÓN DE SU CAPACIDAD DE PROCESO
- SEGÚN SUS PRINCIPALES FUNCIONALIDADES
- EN FUNCIÓN DE SUS SISTEMAS DE APRENDIZAJE
- OTRAS CLASIFICACIONES

MADE WITH
beautiful.ai

Tipología de IAs

Según su principal funcionalidad



TEXTUALES

Basan su capacidad de trabajo en el procesamiento de grandes cantidades de datos textuales. Son los llamados LLM como ChatGPT



VISUALES

Trabajan procesando y analizando imágenes. Permiten automatizar la toma de decisiones con respecto a sistemas de visión artificial.



SISTEMAS ROBÓTICOS

Permiten la creación de autómatas, operan sistemas de producción complejos y pueden tomar decisiones para optimizar la productividad de los mismos.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Tipología de IAs

Una clasificación sencilla



SISTEMA AUTOMÁTICOS

Sistemas básicos que se basan en etiquetas y automatizaciones sencillas. Obedecen reglas básicas.



SISTEMAS PREDICTIVOS

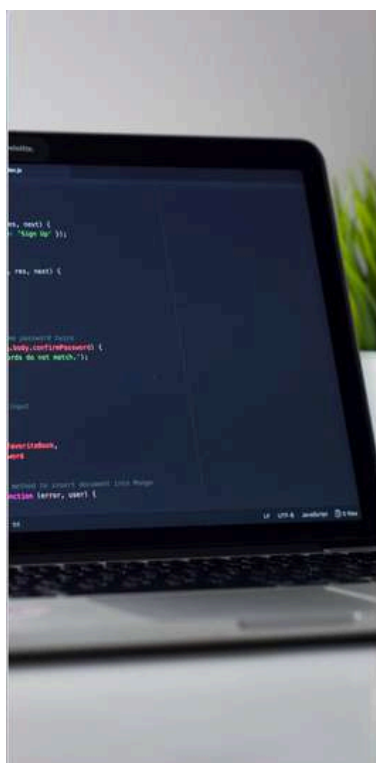
Interpretan la información, detectan patrones y proponen decisiones en función de los datos de los que disponen.



SISTEMAS GENERATIVOS

Son capaces de utilizar la información de la que disponen para generar nueva información de diferente tipo.

MADE WITH
beautiful.ai



Aplicaciones de la IA

Combinando Humanos y Máquinas

LAS IAS NOS AYUDARÁN A SER MÁS EFICIENTES

- INTEGRÁNDOSE EN NUESTROS PROCESOS DE TRABAJO
- AUTOMATIZANDO TAREAS REPETITIVAS
- MEJORANDO LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PERSONAS

UN POTENCIAL REVOLUCIONARIO

Al integrar la IA en nuestros procesos de trabajo y toma de decisiones, podemos crear sistemas de inteligencia colectiva donde humanos y máquinas colaboran.

Estos sistemas aprovechan la rapidez y precisión de las máquinas, junto con la creatividad y empatía humana, para resolver problemas complejos y mejorar la eficiencia en diversas áreas como la medicina, la ingeniería y el arte.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Tipología de IAs y aplicaciones

MADE WITH
beautiful.ai

Tipología de IAs

Por su tipo de sistema



APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

Utiliza algoritmos y modelos estadísticos para permitir que las máquinas mejoren sus tareas con experiencia. Incluye el aprendizaje supervisado y no supervisado.

Por ejemplo: Predicción de tendencias, análisis de datos.



PROCESAMIENTO DE LENGUAJE

Permite a las máquinas entender, interpretar y responder al lenguaje humano de manera efectiva.

Por ejemplo: Traducción automática, asistentes de voz.



APRENDIZAJE PROFUNDO

Simulan el funcionamiento del cerebro humano para procesar datos y crear patrones para la toma de decisiones.

Por ejemplo: Reconocimiento de voz, diagnóstico médico.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

La IA Generativa actualmente

MADE WITH
beautiful.ai

Una **revolución** llamada IA

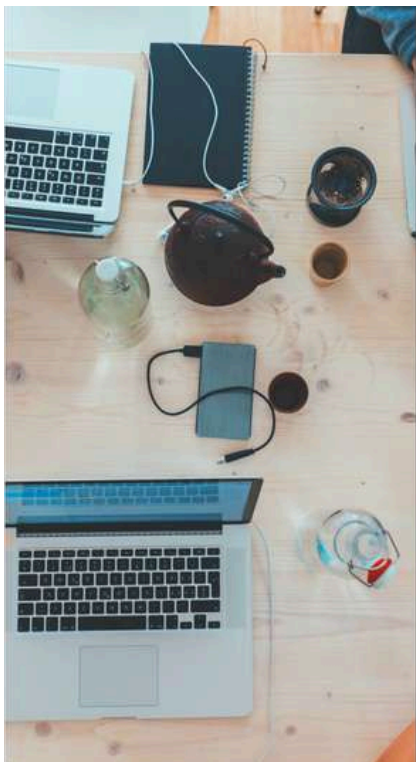
La IA generativa es una rama de la IA que se ocupa de la creación de contenido nuevo, como texto, imágenes, música, audio y vídeos. En los últimos años, la IA generativa ha experimentado un rápido desarrollo, gracias a los avances en el aprendizaje automático y las redes neuronales.

Se espera que la IA generativa siga desarrollándose en los próximos años. Los avances en el aprendizaje automático y las redes neuronales podrían permitir a la IA generativa crear contenido más realista y creativo. Además, la IA generativa podría utilizarse para aplicaciones nuevas y novedosas, como la creación de mundos virtuales y la simulación de procesos físicos.



MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA



Una tecnología en **rápido** crecimiento

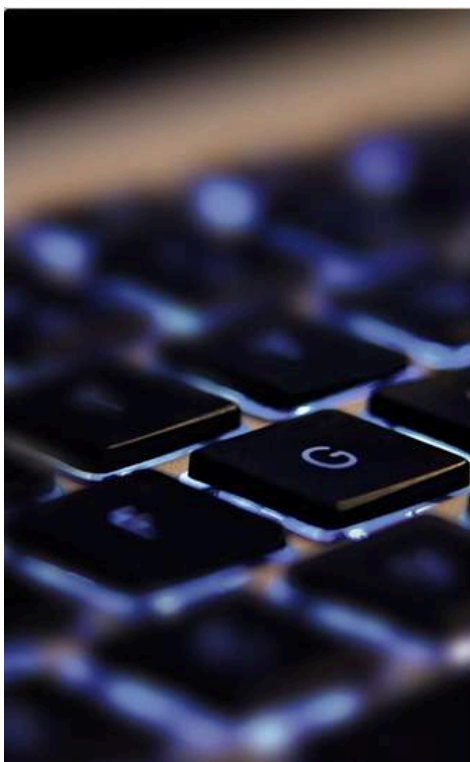
15,7 BILLONES DE DÓLARES

UN ESTUDIO DE MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, PUBLICADO EN 2022, ESTIMA QUE LA IA PODRÍA GENERAR UN VALOR ECONÓMICO DE HASTA 15,7 BILLONES DE DÓLARES PARA LAS EMPRESAS MUNDIALES EN 2030. EL ESTUDIO TAMBIÉN ESTIMA QUE LA IA PODRÍA CREAR HASTA 95 MILLONES DE NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO EN TODO EL MUNDO.

UN 30% MENOS DE COSTES

Un estudio de Deloitte, publicado en 2021, estima que la IA podría aumentar la productividad de las empresas en un 20% en 2030. El estudio también estima que la IA podría reducir los costes de las empresas en un 10% en 2030.

MADE WITH
beautiful.ai



Un recurso para la **escalabilidad**

Estos estudios muestran que la adopción de la IA por parte de los redactores tiene el potencial de generar un impacto significativo en la economía mundial. La IA podría aumentar la productividad, crear nuevos puestos de trabajo y generar nuevos negocios.

- LA IA PUEDE AUTOMATIZAR TAREAS TEDIOSAS Y REPETITIVAS, LIBERANDO A LOS EQUIPOS PARA QUE SE CONCENTREN EN TAREAS MÁS ESTRATÉGICAS.
- LA IA PUEDE AYUDAR A LAS EMPRESAS DE CONTENIDOS A TOMAR MEJORES DECISIONES, BASADAS EN DATOS.
- LA IA PUEDE AYUDAR A LOS PROFESIONALES DEL CONTENIDO A CREAR NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, A PARTIR DE LA INFORMACIÓN DISPONIBLE SOBRE LOS CLIENTES.

La adopción de la IA por parte de las empresas está en sus primeras etapas, pero tiene el potencial de transformar la forma en que estas operan.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA



CONTENIDO

Desarrollo de contenido creativo: La IA generativa se puede utilizar para crear contenido creativo, como artículos, historias, guiones, música, obras de arte y videos. Por ejemplo, la IA generativa se ha utilizado para crear obras de arte que han sido exhibidas en museos y galerías de arte.

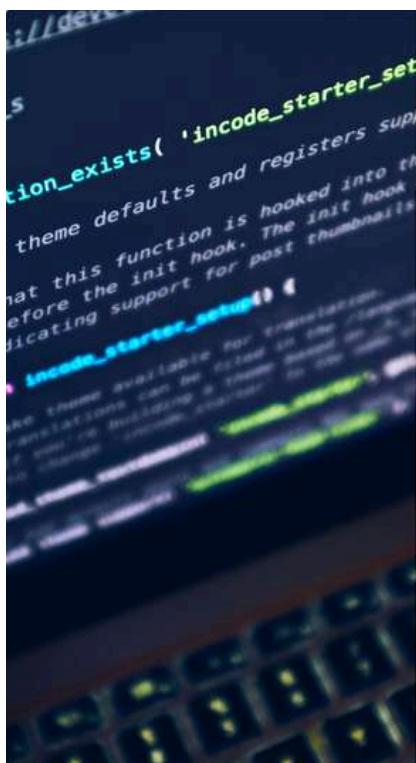
DATOS

Análisis de datos: La IA generativa se puede utilizar para analizar datos y generar nuevas ideas. Por ejemplo, la IA generativa se ha utilizado para generar nuevos fármacos y materiales.

PRODUCTIVIDAD

Mejora de la productividad: La IA generativa se puede utilizar para automatizar tareas y mejorar la productividad. Por ejemplo, la IA generativa se ha utilizado para generar código de software y crear prototipos de productos.

MADE WITH
beautiful.ai



¿Cómo funciona un LLM?

Los modelos generativos se basan en la capacidad de predecir texto

ALIMENTADOS CON TODO INTERNET

Los modelos analizan millones de piezas de contenidos para entender cómo funciona el lenguaje.

LLM = PREDICTOR DE LENGUAJE

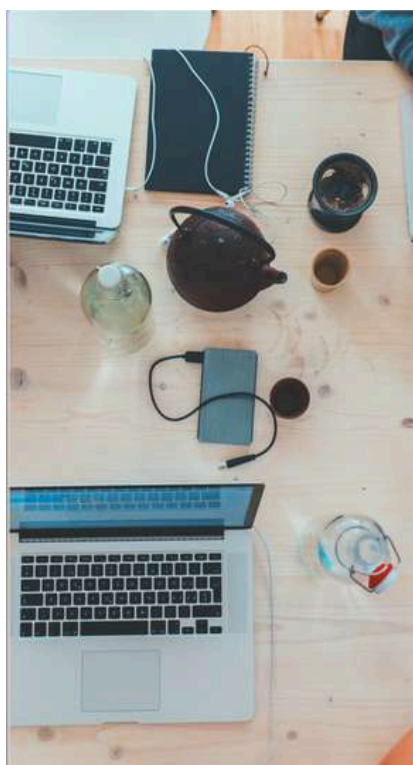
Basándose en su conocimiento del lenguaje, los LLMs predicen de forma extraordinariamente eficaz la estructura y los contenidos de un texto.

INFORMACIÓN RECOMBINADA E INEXACTA

El conocimiento de un LLM es un subproducto de su educación. Se recombina de forma aleatoria y genera alucinaciones.

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA



Usos y aplicaciones

TEXTO

- <https://chat.openai.com/>
- <https://www.jasper.ai/>
- <https://www.perplexity.ai/>

IMAGEN

- <https://openai.com/dall-e-2>
- <https://www.midjourney.com/>
- <https://playgroundai.com/>

PRODUCTIVIDAD

- <https://www.notion.so/>
- <https://www.read.ai/>
- <https://workspace.google.com/>
- <https://www.inoreader.com/es/>

MULTIMEDIA

- <https://www.canva.com/>
- <https://www.beautiful.ai/>
- <https://flicki.ai/>
- <https://murf.ai/studio>

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Recomendaciones de uso

El uso de la IA exige, también, responsabilidad por parte de los profesionales que la utilicen



PRIMERO, APLICACIONES INTERNAS



REALIZA PRUEBAS EXHAUSTIVAS



TRANSPARENCIA PARA LOS USUARIOS



EXPERIMENTA Y FALLA



REVISA LA SEGURIDAD



REGISTRA TUS RESULTADOS

MADE WITH
beautiful.ai



Precauciones y recomendaciones

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

La clave de la productividad

5 consejos para mejorar tus prompts



LOS MISMOS
PRINCIPIOS SE
APLICAN A TODAS
LAS
HERRAMIENTAS

1 | PIENSA

Tómate un momento para definir qué quieres que haga la IA.

2 | ORDENA BIEN EL PROMPT

Primero especifica qué quieres, luego cómo lo quieres, añade detalles sobre formato o contexto.

3 | SÉ ESPECÍFICO

Di claramente qué esperas y también qué es lo que no quieres que la IA te proporcione.

4 | CUIDA EL CONTEXTO

Cuanta más información le demos a la IA más fácil será que acote su respuesta.

5 | PACIENCIA

Es difícil acertar a la primera. Todos los modelos tienen una base de aleatoriedad. El tiempo y la experiencia son determinantes para mejorar la productividad.

MADE WITH
beautiful.ai

Algunas precauciones

• SÉ CUIDADOSO CON LA INFORMACIÓN

Las IAs se alimentan de tus datos y los incorpora a su BBDD

• CUIDADO CON LAS ALUCINACIONES

Revisa todas las informaciones, los datos pueden ser erróneos

• ESTUDIA BIEN LOS COSTES

Analiza el sistema de tokens que vayas a usar, comprueba los costes convenientemente

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

¿Alguna pregunta?

MADE WITH
beautiful.ai



Marcos García

 <https://marcosgarcia.ltd/>

 hola@marcosgarcia.ltd

 <https://www.linkedin.com/in/marcosgarciamarti>

MADE WITH
beautiful.ai

TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Fotografías del taller



TALLER PRÁCTICO IA GENERATIVA

Fotografías del taller



NOTA DE PRENSA

Lunes 6 de mayo del 2024 Valencia

PROYECTO

En una jornada marcada por el intercambio de ideas y perspectivas, líderes en periodismo, y tecnologías se han reunido hoy en Cámara de Valencia para explorar la creciente influencia y las implicaciones de la Inteligencia Artificial (IA) en la industria de los medios de comunicación. Bajo el título "Re-evolución del Contenido IA en los Medios de Comunicación", el evento ha ofrecido una mirada profunda a cómo la IA está transformando la producción, distribución, contenido informativo y consumo de noticias.

Vicente Castillo, CIO de Zeus Smart, abrió la jornada con una presentación que delineó los desafíos y oportunidades que enfrentan los medios de comunicación, los profesionales del marketing digital y el diseño gráfico en la era de la IA. "Descubrir qué es la IA y los retos que plantea es fundamental", expresó Castillo. "Desde el avance de los modelos de lenguaje natural hasta la ética en su aplicación, la IA está remodelando nuestro panorama mediático".

Uno de los puntos destacados ha sido la discusión sobre la ética en la IA, donde se subrayó la importancia de reconocer y abordar los sesgos inherentes en los datos y algoritmos. "La IA refleja la humanidad, con todos sus sesgos", señaló Castillo. "Es crucial que nos volvamos conscientes de estos sesgos y trabajemos para mitigarlos en nuestros sistemas y procesos".

Los periodistas participantes en la mesa redonda han compartido sus experiencias y perspectivas sobre el uso de la IA en el periodismo contemporáneo. Jose Luis Valencia, Director de El Levante-EMV destacó el papel de la IA en la transcripción y resumen de entrevistas, mientras que Rafa Navarro, CEO de Innsomnia y ex periodista de El Mundo, enfatizó que la ética debe ser el pilar central en la implementación de la IA en los medios. "La máquina no tiene ética; esa responsabilidad recae en nosotros", afirmó Navarro.

Se ha repasado la optimización en las tareas mecánicas donde la IA hace un gran papel sin posibilidad de generar ningún perjuicio como en: la mejora en las transcripciones de las entrevistas, generar un resumen de un reportaje amplio, o a la hora de obtener datos y porcentajes objetivos, como indicaba Javier Alfonso, Director del Valencia Plaza.

Todos ellos han coincidido de manera unánime, nos encontramos en una etapa muy temprana y todavía no estamos empleando la IA como finalmente se va a emplear.

"La Inteligencia Artificial comete errores, todos los que la han probado lo saben, a veces son simples errores pero en otras ocasiones son bulos directamente." comentó Alfonso. Por esta razón, "esta herramienta debe ser aplicada con cautela porque es la credibilidad de los medios de comunicación la que está en juego", señaló Valencia.

NOTA DE PRENSA

PROYECTO

La IA jamás sustituirá al profesional humano porque está esta a su servicio para potenciar su eficacia y productividad, eso sí, no estar en la digitalización no es una opción, si otro la acepta y la asimila, probablemente te acabe echando del mercado porque tendrá una mejora competitiva sobre ti.

"Ya no es solo el conocido por todos, ChatGPT, detrás de esta herramienta vienen una serie de tecnologías que también se introducirán de lleno en los periódicos como la Realidad Virtual o la Realidad Aumentada o los Gemelos Digitales", nos adelantó Navarro.

Como conclusión del debate, el futuro de los medios de comunicación está claro, el foco consistirá en cambiar el modelo de negocio progresivamente tal y como ya lo hizo en su día cuando transicionó del papel a lo digital.

Aprendiendo a aprovechar el potencial y ventajas de la IA y aprendiendo a saber convivir con las redes sociales, que a pesar de no ser un medio de comunicación para la gran mayoría de las generaciones más jóvenes son su única fuente de comunicación.

Para finalizar la jornada, Marcos García ha dirigido un taller donde los asistentes han explorado el funcionamiento interno de los modelos de IA, destacando la importancia de formular preguntas precisas y utilizar fuentes de información confiables al interactuar con estos sistemas.

"La IA no solo es una herramienta, sino también un aliado poderoso que puede mejorar la productividad y la eficiencia en la producción de contenido", comentó García. "Es esencial comprender su funcionamiento y aplicaciones para aprovechar su verdadero potencial".

También ha hecho un repaso sobre las IAs que el mismo utiliza en su día a día con diferentes utilidades desde el narrado de textos, creación de imágenes, hasta la creación de presentaciones como la que ha utilizado hoy mismo.

Para los asistentes nos dejó una tarea: "Experimentar, la IA va mucho de aprender, de jugar, de curiosidad y de meter la pata".

En resumen, "Re-evolución del Contenido IA en los Medios de Comunicación" ofreció una visión integral de cómo la IA está remodelando el panorama mediático actual. Desde los desafíos éticos hasta las oportunidades de innovación, el evento proporcionó una plataforma para el intercambio de ideas y el aprendizaje continuo en esta era de cambio acelerado.

APARICIÓN EN MEDIOS

Enlace a la noticia del Levante

«La IA puede ayudar a los medios, pero el trabajo humano siempre será necesario»

El director de Levante-EMV, José Luis Valencia, participa junto a otros profesionales del ámbito de la comunicación en una jornada sobre el uso de la Inteligencia Artificial en la prensa escrita



Javier Alfons, Rafa Navarro, Eduardo Alcalde y José Luis Valencia. / J.M.LÓPEZ



Saray Fajardo

València 06 MAY 2024 19:33

La llegada de la **Inteligencia Artificial** ha supuesto un auténtico reto y una revolución para toda la sociedad y, ante estos cambios, los **medios de comunicación** no han quedado exentos. Sin duda, la IA puede aportar múltiples ventajas en el ámbito de la **comunicación** y sus trabajadores, aunque todavía queda un largo camino por recorrer y explorar. Así se ha puesto de manifiesto en las jornadas "Explorando el futuro: IA, medios de comunicación y redes sociales", que se han celebrado esta mañana en la **Cámara de Comercio de València**. En ellas, ha participado el director de **Levante-EMV**, José Luis Valencia, junto al director de Valencia Plaza, Javier Alfons, y el CEO de Insomnia y ex director de El Mundo Valencia, Rafa Navarro.

Durante su intervención, el director de este diario ha expuesto cómo afecta la IA a la comunicación de **Prensa Ibérica**, y en concreto a Levante-EMV, y las medidas que se están implementando. En este sentido, Valencia ha reivindicado que el grupo se encuentra inmerso en un proceso de **transformación digital**, que se inició antes de la pandemia. "Se trata de una transformación compleja por la diversidad de cabeceras", ha recalcado.



«La inteligencia artificial en el empleo es la nueva revolución industrial»

Respecto a la Inteligencia Artificial, los ponentes han explicado que la **prensa** tiene muchos procesos que se hacen a mano y que se podrían robotizar, aunque siempre va a ser necesaria la parte humana. Valencia ha recalcado que se trata de una herramienta que todavía no se ha implantado en la redacción, aunque sus redactores ya la utilizan en algunos procesos como la transcripción de texto, el análisis de datos o de grandes lotes de documentos PDF, entre otros. No obstante, en palabras de Valencia, estos instrumentos también "plantan más retos desde el punto de vista ético y laboral". En este sentido, ha reivindicado la importancia del trabajo humano, ya que "las informaciones deben estar hechas y verificadas por los profesionales, por lo que si se llega a emplear la IA, tendrá que tener una base, ya que tenemos que ser creíbles. Nuestra responsabilidad es la que hemos tenido siempre".

Lo más leído Lo último

1. Moisés Laguardia gana Pasapalabra
2. Acuden a atender el fallecimiento de un varón en un chalé de Montserrat y descubren una plantación de marihuana
3. Ignacio Stampa: "Dolores Delgado y Álvaro Ortiz desprestigian la Fiscalía al anteponer sus intereses personales
4. Desvelan el día que se reparte el bote de Pasapalabra: es este
5. El atrincherado con varios cuchillos en València quedó ayer en libertad tras ser detenido por agredir a su pareja
6. Una aurora boreal ilumina los cielos valencianos
7. La Policía advierte a los acampados en el cauce del Turia que retirará sus cosas sin avisar
8. Los trenes de alta velocidad de València y Alicante salen desde Atocha tras interrumpirse la circulación a Chamartín

APARICIÓN EN MEDIOS

Enlace a la noticia del Levante

Conseguir audiencia de calidad

Los ponentes han evidenciado **los retos a los que se enfrentan los medios de comunicación ante la mayor presencia de las [nuevas tecnologías](#)** y, en concreto, con el uso de la IA. "No tiene fin y todavía estamos empezando a gestionarla", ha reconocido el director de Levante-EMV. Sin embargo, el uso de estas herramientas todavía no está implantado en Prensa Ibérica más allá de algunas **pruebas piloto relacionadas con trabajos muy mecánicos. Por ejemplo, Prensa Ibérica está trabajando en un proyecto para crear informaciones meteorológicas de varios municipios a partir de las predicciones de [AEMET](#)**. "Se está elaborando un libro blanco para abordar su funcionamiento", ha explicado Valencia, quien ha reconocido que su uso puede ser más masivo en la parte de marketing y relación con los clientes.

Te puede interesar

MODA

El 'hack' que está triunfando en TikTok para conocer tu colorimetría gracias a la IA ...

DEPORTES

Unicaja-Manresa, Madrid-Gran Canaria, Barça-Lenovo y Valencia-Murcia, cruces de los playoffs ...



Uno de los principales objetivos de los medios es conseguir mayor audiencia y, sobre todo, de calidad. Para ello, Levante-EMV trabaja en un modelo de negocio digital con el que ha desarrollado su propia marca. "Mientras el modelo de papel *facture*, seguirá existiendo, pero hay que buscar otras vías. En nuestro caso, hemos creado nuestro sello como organizadores de eventos", ha concluido Valencia.

APARICIÓN EN MEDIOS

Enlace a la noticia de Valencia Plaza:

JORNADA 'RE-EVOLUCIÓN DEL CONTENIDO IA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN'

Vicente Castillo: "La IA está remodelando nuestro panorama mediático"

Valencia Plaza

INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Foto: EMECE3

Lo más leído

- 1 La valenciana Sesame incorporará a 100 nuevos empleados en 2024
- 2 Casetes de volta y viviendas en 'cascada': dos estilos arquitectónicos singulares en la provincia
- 3 Legislatura corta y adelanto electoral: el mantra que repite la oposición ante el Consell de PP y Vox
- 4 Iniciativa da luz verde a 'refundar' Compromís y avanzar hacia una federación de partidos
- 5 La Comunitat Valenciana pierde en una década un 12% de los alumnos de Infantil y un 4% de Primaria

6/05/2024 - VALÈNCIA. Líderes en tecnología y medios de comunicación participaron este lunes en la jornada **Re-evolución del contenido IA en los medios de comunicación**, organizada por Emece3 en colaboración con La Generalitat valenciana. El evento ofreció una mirada profunda de cómo la Inteligencia Artificial (IA) está transformando la producción, distribución, contenido informativo y consumo de noticias.

Vicente Castillo, CIO de Zeus Smart, abrió la jornada con una presentación que delineó los desafíos y oportunidades que enfrentan los medios de comunicación, los profesionales del marketing digital y el diseño gráfico en la era de la IA. "Descubrir qué es la IA y los retos que plantea es fundamental", expresó Castillo. "Desde el avance de los modelos de lenguaje natural hasta la ética en su aplicación, la IA está remodelando nuestro panorama mediático".

Los periodistas participantes en la siguiente mesa redonda compartieron sus experiencias y perspectivas sobre el uso de la IA en el periodismo contemporáneo. **José Luis Valencia**, director de Levante-EMV, destacó el papel de la IA en la transcripción y resumen de la información, además de expresar "la cautela con que hay que utilizar esta herramienta, porque es la credibilidad de los medios de comunicación la que está en juego", mientras **Rafa Navarro**, CEO de Innsomnia y exdirector de El Mundo-Comunitat Valenciana, enfatizó que la ética debe ser el pilar central en la implementación de la IA en los medios. "La máquina no tiene ética; esa responsabilidad recae en nosotros", afirmó Navarro.

Se repasó la optimización en las tareas mecánicas donde la IA hace un gran papel sin posibilidad de generar ningún perjuicio, como en la mejora en las transcripciones de las entrevistas, generar un resumen de un reportaje amplio, o a la hora de obtener datos y porcentajes objetivos, como indicaba **Javier Alfonso**, director de Valencia Plaza. Todos ellos han coincidido de manera unánime, nos encontramos en una etapa muy temprana y todavía no están empleando la IA como finalmente se va a emplear.

Como conclusión del debate, el futuro de los medios de comunicación está claro: el foco consistirá en cambiar el modelo de negocio progresivamente tal y como ya lo hizo en su día cuando transicionó del papel a lo digital.

Para finalizar la jornada, **Marcos García** dirigió un taller donde los asistentes exploraron el funcionamiento interno de los modelos de IA, destacando que la "la IA no solo es una herramienta, sino también un aliado poderoso que puede mejorar la productividad y la eficiencia en la producción de contenido", comentó García, quien añadió: "Es esencial comprender su funcionamiento y aplicaciones para aprovechar su verdadero potencial".

La jornada, celebrada en la Cámara de Comercio de Valencia, ofreció una visión integral de cómo la IA está remodelando el panorama mediático actual. Desde los desafíos éticos hasta las oportunidades de innovación, el evento proporcionó una plataforma para el intercambio de ideas y el aprendizaje continuo en esta era de cambio acelerado.

[Suscríbete al canal de WhatsApp de Valencia Plaza](#)

REDES SOCIALES

Publicaciones en LinkedIn:

Resumen de la jornada.

[Enlace a la publicación de Emece3](#)

[Enlace a la publicación de Eduardo Alcalde \(Cuenta personal\)](#)



#IA en los medios: Un nuevo horizonte de contenidos

Desde Emece3, en colaboración con la Generalitat Valenciana, organizamos la jornada "Re-evolución del contenido" que se celebró ayer en Cámara Valencia para explorar el futuro de los medios de comunicación.

Líderes en periodismo y tecnología se dieron cita para analizar cómo la #InteligenciaArtificial está remodelando el panorama mediático.

Vicente Castillo, CIO de Zeus - Smart Visual Data, inició la jornada exponiendo los desafíos y oportunidades que enfrentan los medios en esta era de la #InteligenciaArtificial.

Después, Eduardo Alcalde moderó una mesa redonda con destacadas figuras:

- Javier Alfonso, Director de Valencia Plaza
- Rafael Navarro, CEO de Innsonnia y ex director de El Mundo CV.
- José Luis Valencia, Director del Levante-EMV

Debatimos sobre temas cruciales como el impacto en la automatización y el factor humano, ética y responsabilidad en su aplicación, desafíos legales y la urgencia de adaptarse a la #TransformaciónDigital.

Las conclusiones fueron esclarecedoras: Estamos ante una revolución incipiente que promete transformar radicalmente el panorama mediático.

Como cierre, Marcos García, CMO en Drumap y experto en IA, ofreció un taller sobre IA generativa como herramienta para automatizar tareas y potenciar el rendimiento humano.

Gracias a todos los participantes por su contribución y a los asistentes por sumarse a esta apasionante jornada. #Tecnología #Contenido #MediosComunicación #Periodismo



Olga Fabra Susierra y 20 personas más 2 comentarios · 1 vez compartido

Recomendar Comentar Compartir



Eduardo Alcalde · Tú
Experto en Marketing y Comunicación
5 días ·

¡Re-evolución del contenido: #IA en los medios de comunicación!

Emece3, en colaboración con la Generalitat Valenciana, organizamos este evento que reunió ayer a líderes en periodismo y tecnología para explorar cómo la IA está "re-evolucionando" el panorama mediático.

Vicente Castillo, CIO de Zeus - Smart Visual Data, abrió la jornada con una presentación que delineó los desafíos y oportunidades que enfrentan los medios de comunicación en la era de la #InteligenciaArtificial.

Después, tuve el placer de moderar una mesa redonda en la que debatieron grandes profesionales del ámbito de la comunicación

- Javier Alfonso, Director del Valencia Plaza
- Rafael Navarro, CEO de Innsonnia y ex director de El Mundo CV.
- José Luis Valencia, Director del Levante-EMV

Exploramos los temas candentes que la IA está desvelando en el periodismo:

- Impacto en la automatización y el papel humano.
- Ética y responsabilidad en su aplicación.
- Desafíos legales que se presentan.
- La urgente necesidad de adaptarnos a la Transformación Digital.

Las conclusiones fueron claras: Estamos en una etapa muy temprana y aunque ya se está poniendo en práctica, esta revolución solo acaba de empezar.

Y como cierre de la jornada, Marcos García, CMO en Drumap y experto en IA, realizó un taller sobre IA generativa como herramienta de trabajo para automatizar tareas repetitivas que mejoran el rendimiento de las personas.

Además de compartir consejos y herramientas de Inteligencia Artificial que solucionan problemas concretos muy fácilmente, más allá de #ChatGPT.

Muchas gracias a todos los participantes por aportar vuestra visión (más que necesaria) sobre este tema y a todos los asistentes que vinisteis a disfrutar de la jornada. #Tecnología #Contenido #MediosComunicación #Periodismo



Diego Vilar y 31 personas más 5 comentarios · 2 veces compartido

Recomendar Comentar Compartir Enviar

1895 impresiones

Ver análisis

REDES SOCIALES

Publicaciones en LinkedIn: Resultados

Página Emece3

Rendimiento del anuncio

Dirigido a: todos los seguidores

859	194	22,58 %
Impresiones	Interacciones	Tasa de interacción
170	19,79 %	21
Clics	Porcentaje de clics	Reacciones
2	1	
Comentarios	Vez compartido	

Mostrar todos los resultados

LinkedIn Eduardo Alcalde

Análisis de la publicación

Exportar

Eduardo Alcalde ha publicado esto · 5 días



¡Re-evolución del contenido: #IA en los medios de comunicación! 🤖

Emece3, en colaboración con la Generalitat Valenci... mostrar más

Descubrimiento

1.896

Impresiones

Interacciones

Reacciones	32 →
Comentarios	5 →
Veces compartido	2 →

Información detallada de las visualizaciones únicas

Tamaño de la empresa

De 11 a 50 empleados · 18.5%

De 51 a 200 empleados · 15.3%

Entre 1 y 10 empleados · 10.0%

De 201 a 500 empleados · 9.6%

De 1.001 a 5.000 empleados · 9.4%

REDES SOCIALES

Publicaciones en LinkedIn:

Videoresumen jornada.

Enlace a la publicación



Eduardo Alcalde • Tú

Experto en Marketing y Comunicacion

4 días •

Este es un pequeño resumen de lo que vivimos el lunes en la jornada "Re-evolución del contenido: IA y medios de comunicación".

Os dejo también las noticias que se han publicado sobre el evento:

Valencia Plaza

<https://lnkd.in/dFbTTEgk>

Levante-EMV

<https://lnkd.in/dA2T-dD7>

Agradecer de nuevo a

Vicente Castillo, Javier Alfonso, Rafael Navarro, José Luis Valencia y Marcos García

por sus interesantísimas intervenciones.

#InteligenciaArtificial

#IA

#MediosComunicación

#Periodismo




24

1 comentario • 1 vez compartido

Resultados

<div> <div>Descubrimiento</div> <div>1.057</div> <div>Impresiones</div> </div>											
<div> <div>Interacciones</div> <table> <tr> <td>Reacciones</td><td>24</td><td>→</td></tr> <tr> <td>Comentarios</td><td>1</td><td>→</td></tr> <tr> <td>Veces compartido</td><td>1</td><td>→</td></tr> </table> </div>			Reacciones	24	→	Comentarios	1	→	Veces compartido	1	→
Reacciones	24	→									
Comentarios	1	→									
Veces compartido	1	→									
<div> <div>Rendimiento del vídeo</div> <table> <tr> <td>24</td><td>24</td><td>6,4</td></tr> <tr> <td>Visualizaciones</td><td>Visitantes únicos totales</td><td>Minutos vistos</td></tr> </table> </div>			24	24	6,4	Visualizaciones	Visitantes únicos totales	Minutos vistos			
24	24	6,4									
Visualizaciones	Visitantes únicos totales	Minutos vistos									

REDES SOCIALES

Publicaciones de ponentes

Marcos García



Vicente Castillo (Zeus)



EXPLORANDO EL FUTURO: IA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RRSS

emece

marketing & comunicació

ealcalde@emece3.net

www.emece3.net



GENERALITAT
VALENCIANA