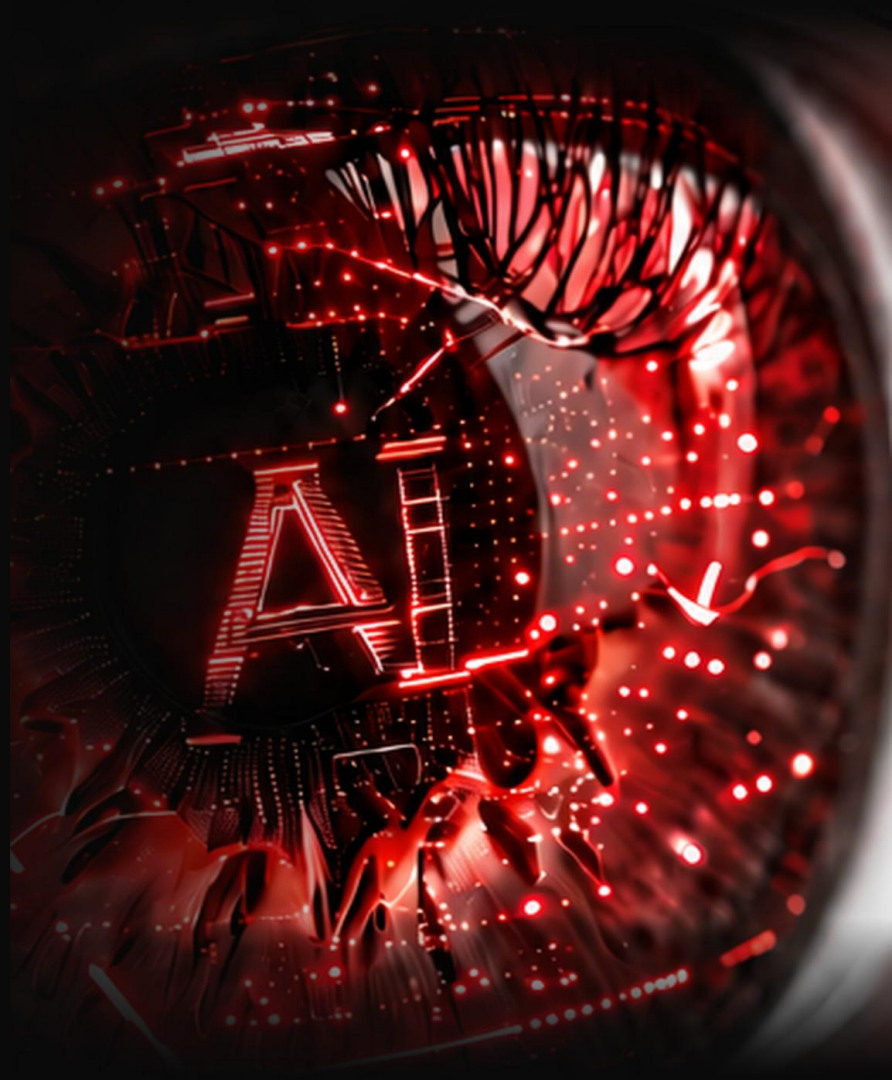


TALLER PRÁCTICO

# Inteligencia artificial para textos, copywriting, SEO y GEO

Fuentes, voz propia y edición.  
Un método que puedes reutilizar.

**Ernesto García Bustamante**



# #Formador > TechLover > #AILover

Desarrollador Web y Creativo Digital, Licenciado en Comunicación, especialista en SEO e Inteligencia Artificial.

Coautor del libro **Inteligencia Artificial para optimizar procesos de trabajo**  
*Editorial Anaya Multimedia*

@ernestogbusta



# 0

## Los límites

Lo que permiten y prohíben los manuales de estilo de los principales medios de comunicación.

# Cómo se están regulando las redacciones



## Agencia EFE

Guía de uso de IA · 2026

- Apoyo bajo supervisión humana
- Los periodistas responden de lo publicado
- Aviso cuando la IA interviene de forma sustancial
- Ninguna imagen de IA que parezca real



## EL PAÍS

Libro de estilo · directrices de IA

- La IA no reemplaza al periodista: lo asiste
- Lo generado por IA pasa el control de calidad
- Una IA nunca es fuente única: todo se contrasta
- Nada de imágenes o audios que parezcan reales



## BBC

Guía sobre IA generativa · 2025

- Interés del público, talento y transparencia
- No se usa para crear noticias ni para documentarse
- Etiqueta visible: «How we used AI»



## Reglamento de IA

UE · art. 50.4 · desde el 2/8/2026

- Los textos de IA que informan sobre asuntos de interés público deben declararse
- Salvo revisión humana y responsabilidad editorial asumida

# Cómo se etiqueta el uso de IA

## EN UN TEXTO

*«Información elaborada con la asistencia de inteligencia artificial y supervisada por un periodista de la Agencia EFE».*

## EN UN VÍDEO

*«Guion elaborado con la asistencia de inteligencia artificial y supervisado por periodistas de la Agencia EFE».*

## EN IMÁGENES: ICONOS OFICIALES DE LA UE

AI

La IA ha asistido en la creación

AI GENERATED

Totalmente generado por IA

AI MODIFIED

Parcialmente modificado por IA

**Sin aviso:** corrección ortográfica, transcripción automática y párrafos de contexto sacados del propio archivo.

**Nota:** el Reglamento europeo no obliga a declarar el texto de IA que ha pasado revisión humana y control editorial (art. 50.4). EFE mantiene el aviso de forma voluntaria.

# Usar IA con criterio



## Nada sin respaldo

Ni cifras sin fuente, ni testimonios inventados, ni promesas de resultados.



## Transparencia

Declara el uso de IA cuando corresponda y respeta la política de cada medio.



## Datos protegidos

No introduces datos personales ni confidenciales en herramientas no autorizadas.



## Sesgos

Revisa estereotipos y sesgos culturales del lenguaje.



## Autoría

No atribuyas frases a personas que no las han dicho ni imites a autores concretos.



## Páginas con valor

Nada de páginas repetidas o automáticas sin aportación propia.

# 1

## Introducción

Qué podemos pedir a la IA, cómo explicar el encargo y cómo reconocer una respuesta que necesita revisión.

## 1 · INTRODUCCIÓN · CAPACIDADES

# Qué puede aportar la IA a tu escritura

Puedes delegar tareas concretas y conservar las decisiones editoriales.

## CAPACIDADES

Preparar una primera versión con rapidez.

Extraer información y proponer enfoques.

Adaptar el tono, revisar y crear variantes.

## LÍMITES QUE DEBES CONOCER

Puede inventar datos o interpretar mal una fuente.

Necesita el contexto del encargo.

Un texto fluido también puede ser genérico o incorrecto.

El resultado depende de la información, las instrucciones, la herramienta y la revisión.

# Por qué puede fallar una respuesta

Antes de repetir la petición, identifica qué falta o qué ha cambiado.

## ENCARGO IMPRECISO

**«Escribe sobre vivienda».**

Concreta el asunto, el lector, el formato y qué necesitas contar.

## INFORMACIÓN INSUFICIENTE

**Pides explicar causas con una tabla que solo describe cifras.**

Aporta fuentes adecuadas o limita el alcance del texto.

## ERROR DEL MODELO

**Le das una cifra y devuelve otra.**

Contrasta con el original y pide una corrección concreta.

## 1 · INTRODUCCIÓN · ENCARGO

# Prompting y priming: petición y contexto

Dos nombres para operaciones que vas a hacer continuamente.

## PROMPTING · QUÉ LE PIDES

El PROMPT es el mensaje con la tarea.

«Redacta una entrada de 50 palabras con estos datos».

Debe indicar el resultado que necesitas.

## PRIMING · CON QUÉ LA ORIENTAS

Aportas contexto, ejemplos y reglas para orientar la respuesta.

«Estas son mis muestras de estilo. Evita las aperturas genéricas. Evita expresiones cliché».

Orientar una conversación no equivale a entrenar el modelo ni garantiza que recuerde esas reglas en otro chat.

## 1 · INTRODUCCIÓN · ENCARGO

# Qué conviene incluir en un PROMPT

Estos campos son una ayuda para pensar el encargo. Usa los que hagan falta.



## Tarea

¿Qué quieres obtener?

Noticia, entrada, revisión o adaptación.



## Público y canal

¿Quién lo leerá y dónde?

Audiencia a la que se dirige el mensaje



## Información

¿Con qué debe trabajar?

Datos, documentos, etc.



## Tono y ejemplos

¿Cómo debe escribir?

Muestras y reglas que has aprobado.



## Formato

¿Cómo será la entrega?

Extensión, formato concreto, etc



## Límites

¿Qué debe respetar?

Restricciones que debe tener en cuenta

Asignarle un rol puede orientar la tarea. «Eres experto» no sustituye las fuentes ni las instrucciones.

## 1 · INTRODUCCIÓN · ENCARGO

# El mismo criterio aplicado a una noticia

Ejemplo del caso que desarrollaremos después: emancipación en España.

**PROMPT · DEMASIADAS DECISIONES ABIERTAS**

«Escribe una noticia interesante sobre los jóvenes y la vivienda».

La IA tiene que suponer el enfoque, las fuentes y el formato.

**PROMPT · CON FUENTES Y ALCANCE**

«Con los datos comprobados de Eurostat, redacta para Sociedad una noticia de 180–220 palabras sobre la edad de salida del hogar en España y la UE. Atribuye los datos. No añadas causas que las fuentes no expliquen».

Es un ejemplo de encargo. Primero localizaremos y comprobaremos los datos.

## 1 · INTRODUCCIÓN · PROMPT

# Una plantilla de PROMPT que puedes adaptar

Sustituye los corchetes por información concreta. No la envíes sin completar.

## >\_ PROMPT

Actúa como [función]. Necesito [tarea] para [público y canal].

Trabaja con [datos o documentos]. Usa [tono o muestras de estilo]. Entrega [formato y extensión].

Respetar [límites]. Si falta información necesaria, indícalo antes de redactar. **No inventes datos, citas ni fuentes.**

## AL RECIBIR LA RESPUESTA

Comprueba si la respuesta cumple la tarea y usa realmente la información aportada.

## 1 · INTRODUCCIÓN · HERRAMIENTAS

# Cómo elegir una IA para escribir

Compara resultados con el mismo encargo y las mismas fuentes.

## 1 Fidelidad

¿Conserva cifras, fechas, citas y límites de la fuente?

## 2 Estilo

¿Aplica los ejemplos o vuelve a una redacción genérica?

## 3 Correcciones

¿Cambia lo pedido sin estropear lo que ya funcionaba?

## 4 Trabajo completo

Valora acceso a documentos, búsqueda, coste, potencia y tiempo de revisión.

## 1 · INTRODUCCIÓN · HERRAMIENTAS

# ChatGPT, Claude y Gemini: para qué elegir cada una

Fortalezas y puntos débiles al redactar.

## CHATGPT / VERSATILIDAD

### En qué destaca

Enfoques, versiones por canal y edición por fragmentos con Canvas.

### Qué vigilar

Listas y fórmulas previsibles si el encargo no concreta la voz.

## CLAUDE / VOZ Y ESTILO

### En qué destaca

Ensayar una voz con muestras y pulir textos largos con un estilo definido.

### Qué vigilar

Puede alargar o suavizar el texto. La fluidez no garantiza precisión.

## GEMINI / DOCUMENTACIÓN

### En qué destaca

Reunir y resumir documentos de Gmail, Docs y Drive conectados.

### Qué vigilar

Hay que afinar la voz y comprobar qué fuentes recupera y su fecha.

**Elige por tarea y compara las tres con el mismo encargo, fuentes y muestras de estilo.**

Las funciones dependen del modelo, el plan y los permisos. Fuentes y ejemplos en las notas.

## 1 · INTRODUCCIÓN · HERRAMIENTAS

# En esta clase voy a usar Claude

¿Por qué?

## ES LA MEJOR IA PARA ESCRIBIR

Es la que mejor entiende los matices del estilo y es más moldeable y obediente que ChatGPT a la hora de pulir los típicos patrones de escritura de IA. ChatGPT entiende perfectamente las restricciones de estilo, pero tiende a escribir como ChatGPT. Suena más a IA.

## PERMITE CREAR HABILIDADES EN LA VERSIÓN GRATUITA

Las habilidades en ChatGPT sólo pueden crearse con una cuenta de pago, en Claude puedes crearlas gratis. Tampoco puedes crear GPTs (complementos a partir de 2027) con una cuenta gratuita. Además Claude inventó las Skills, con lo cual están más pulidas que en ChatGPT.

## MUCHÍSIMOS CONECTORES FÁCILES DE CONFIGURAR

Con Claude puedes conectarte gratis a una cantidad enorme de servicios externos como Drive, Sheets, Gmail, etc., para extraer información e incluso manejar las herramientas desde el chat de Claude. En ChatGPT necesitas una conexión MCP con cuenta de pago.

ENTONCES... ¿CUÁL ES LA OBJECCIÓN?

**EL TOKEN DE CLAUDE ES MÁS CARO**

## 1 · INTRODUCCIÓN · NATURALIDAD

# Los siete pecados de la IA al escribir

Reconoce el problema y pide una corrección concreta.

1

**Redundancia**

La misma idea aparece varias veces.

2

**Tono plano**

No se distingue lo relevante.

3

**Frases vacías**

Generalidades sin información.

4

**Ritmo monótono**

Frases y arranques que se repiten.

5

**Cierres débiles**

Resumen redundante o moraleja genérica.

6

**Exceso de adjetivos**

Valoraciones que no se justifican.

7

**Patrones**

La misma fórmula para cualquier tema.

Utiliza estos siete problemas como criterios de edición, nunca como prueba única de autoría.

## 1 · INTRODUCCIÓN · NATURALIDAD

# Las marcas de fábrica de un texto con IA

Estas expresiones cada vez “cantan” más en un texto

## Epanortosis

Corregirse para dar énfasis: se niega algo para afirmar otra cosa.

«No es solo una herramienta, es un cambio de mentalidad»

«No solo mejora la eficiencia, sino que también...»

## Marcador de relevancia

Anunciar que algo importa en lugar de demostrarlo. Señala dónde mirar.

«Es importante destacar que...»

«Un aspecto clave a considerar es...»

«Es relevante señalar que...»

## Intensificador de certeza

Afirmar con rotundidad sin aportar prueba y con ello pedir legitimidad vacía.

«Es evidente que...»

«No cabe duda de que...»

«Esto demuestra cómo...»

## Exordio genérico

Abrir situando el tema en una época vaga, sin dato.

«En un mundo cada vez más...»

«Con el avance de la tecnología...»

«En un entorno en constante evolución...»

## Deixis vacía

Un «esto» que no señala nada concreto y encadena consecuencias.

«Esto abre la puerta a...»

«Esto marca un antes y un después...»

«Esto ha llevado a...»

## Tricolon

La simetría constante: series de tres y estructuras calçadas.

«claro, útil y accesible»

«Un enfoque integral permite...»

**Calcos del inglés:** «por último, pero no menos importante» (last but not least) · en línea → online · monitoreo → monitorización · «a considerar» → que hay que considerar

**Ojo, a veces una persona también puede usar expresiones similares, lo que lo hace evidente es la repetición**

## 1 · INTRODUCCIÓN · NATURALIDAD

### Residuo conversacional

Restos del asistente dentro del texto publicable.

«Aquí tienes el texto que me pides»

«Espero que esto te sirva»

«¿Quieres que lo amplíe?»

### Sinonimia redundante

Palabras o incluso párrafos concatenados que dicen lo mismo para rellenar texto.

«claro y conciso»

«rápido y eficaz»

«sólido y robusto»

### Nominalización

Convertir la acción en sustantivo y alargar la frase.

«la realización de la comprobación»

«procedió a la lectura del informe»

### Atenuación acumulada

Amontonar cautelas hasta que la frase no afirma nada.

«podría ayudar a mejorar potencialmente»

«en ciertos casos, hasta cierto punto...»

### Anáfora de arranque

Repetir el mismo comienzo para dar solemnidad.

«Es un reto. Es una oportunidad. Es el futuro»

«No hablamos de X. Hablamos de Y»

### Falsa precisión

Cifras con aire de dato que no tienen fuente ni periodo.

«aproximadamente un 30 % de las empresas»

«la mayoría de los expertos coincide»

**Rasgos tipográficos:** guion largo decorativo en vez de coma · comillas de realce sin cita · negritas en mitad del párrafo · listas de tres puntos simétricos

**La prueba de edición: ¿qué información aporta esta frase?**

## 1 · INTRODUCCIÓN · NATURALIDAD

### Personificación instrumental

Le otorga una apariencia de voluntad a la herramienta.

*«Gracias a su capacidad para...»*

*«Esta solución garantiza...»*

*«La plataforma ofrece la posibilidad de...»*

### Conector de relleno

Abuso de conectores a lo largo del texto.

*«por otro lado...»*

*«asimismo...»*

*«en este sentido...»*

### Falsa objeción

Oponer una objeción forzada a un argumento para dar sensación de equilibrio artificial.

*«si bien es cierto que..., no es menos cierto...»*

*«aunque presenta desafíos, también ofrece oportunidades»*

### Promesas grandilocuentes

Afirmaciones desmedidas sobre el supuesto efecto beneficioso de algo.

*transformará la manera en que trabajamos»*

*«ha venido para quedarse»*

*«el futuro pasa por...»*

### Interpelación prefabricada

Apelar directamente al lector con expresiones cliché y frases hechas.

*«¿Te has preguntado alguna vez...?»*

*«Imagina que...»*

*«Sin duda te preocupa...»*

### Peroración circular

Cierres del texto que no aportan nada nuevo sino que redundan en lo que ya se ha expuesto.

*«La inteligencia artificial está cambiando el trabajo de las redacciones [...] En definitiva, la IA está transformando el periodismo y plantea nuevos retos para las redacciones»*

**Revisa con criterio:** Comprueba nombres, cifras, citas y fuentes. Después trabaja la claridad, el ritmo y la voz. Un texto puede sonar natural y seguir estando equivocado.

**Pide y exige a la IA con insistencia. Dale el coñazo a tope. Es “gratis” y no se enfada.**

## 1 · INTRODUCCIÓN · ENCARGO

# Cómo corregir una respuesta

Una corrección concreta le indica qué cambiar y qué conservar.

**PETICIÓN POCO ÚTIL**

«Humanízalo. Hazlo mejor».

**PROMPT · CORRECCIÓN CONCRETA**

«El primer párrafo retrasa la información. Empieza por el dato principal. Conserva la cifra, el año y la fuente. Reescribe ese párrafo. Elimina el abuso de conectores. Usa un cierre original y no redundante».

Corrige el problema de manera concreta y explícita y, si puedes, aportando ejemplos. No lo hagas genérico.

# 2

## Casos reales de mala praxis

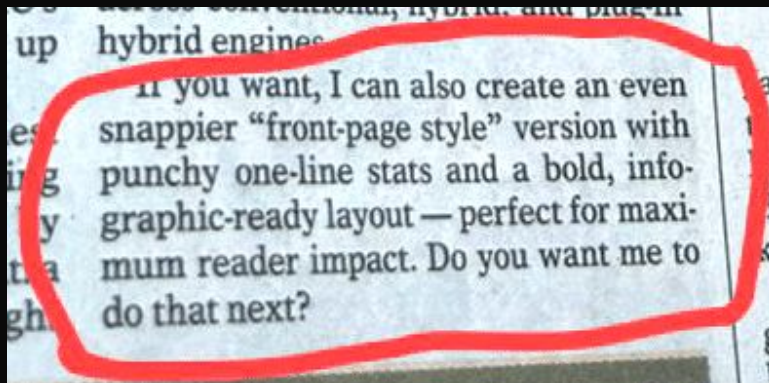
Errores publicados en medios: qué ocurrió, qué falló y qué revisión habría permitido detectarlo.

# Dawn: la respuesta del asistente llegó al periódico

Pakistán · noviembre de 2025. La captura muestra el fragmento que llegó a la edición impresa.



## AMPLIACIÓN DEL FRAGMENTO PUBLICADO



El asistente ofrece otra versión. Esa respuesta también acabó dentro de la noticia.

Recorte publicado por B&T, 14/11/2025. El marcado rojo pertenece a la imagen de la fuente.

Antes de publicar, lee la noticia completa y elimina cualquier comentario del asistente que haya quedado mezclado.

# Chicago Sun-Times: una lista de libros inexistentes

Mayo de 2025. Un suplemento externo incluyó una lista de lecturas elaborada con ayuda de IA.



10 DE 15

Los títulos inventados parecían creíbles porque se atribuían a autores reales.

## QUIÉN LO ELABORÓ

El material procedía de King Features, un proveedor externo.

## QUÉ APRENDEMOS

Cada obra recomendada necesita una comprobación en una fuente editorial o bibliográfica.

Foto del suplemento reproducida por Ars Technica, 20/05/2025.

Una maqueta convincente no convierte una referencia en verdadera.

# Gannett: crónicas automáticas con un estilo forzado

Agosto de 2023. El grupo tuvo que pausar una prueba de crónicas deportivas generadas con LedeAI de forma genérica y antinatural, con lenguaje repetitivo e incoherente.



## EXPRESIÓN PUBLICADA · TRADUCCIÓN

«Un encuentro cercano de tipo deportivo»

Captura de TheWrap, artículo del 31/08/2023. Consulta: 26/09/2026.

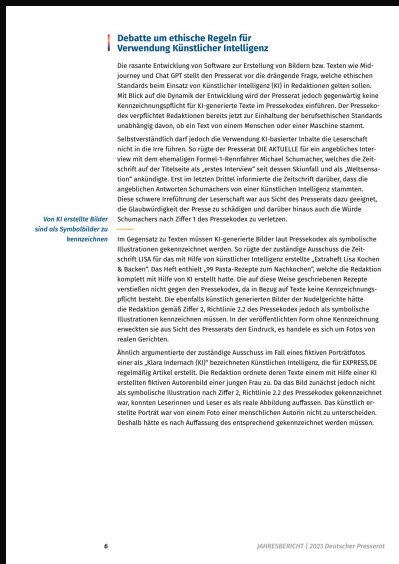
[TheWrap](#)

## POR QUÉ LA REVISAMOS

Añade una ocurrencia prefabricada en lugar de explicar qué ocurrió en el partido.

# Die Aktuelle: una entrevista inventada con IA

2023. El Consejo de Prensa alemán documentó la reprensión a la revista por la supuesta entrevista a Schumacher.



## QUÉ DOCUMENTA EL INFORME

La revista presentó respuestas generadas como una entrevista con Michael Schumacher.

## APLICACIÓN PROFESIONAL

Usa IA para preparar preguntas o localizar cortes en una transcripción real.

## LÍMITE DEL ENCARGO

Las declaraciones atribuidas a alguien deben proceder de esa persona.

Deutscher Presserat · Informe anual 2023, página impresa 6 (página 9 del PDF).

Fuente: Deutscher Presserat, informe anual 2023, página 6.

[Deutscher Presserat](#)

# The Irish Times: una columnista que no existía

Publicó un artículo sobre el bronceado artificial con nombre, fotografía y supuestas vivencias personales. Era un engaño.

## Irish women's obsession with fake tan is problematic

When a white Irish woman dons fake tan for a night out, she is wearing a costume that allows her to experience a fleeting taste of a more exotic identity, with none of the obstacles people of colour face

✕ Expand



## QUÉ PASÓ

En mayo de 2023, The Irish Times publicó la columna «Irish women's obsession with fake tan is problematic». La persona que la envió intercambió correos con la redacción, aceptó cambios y aportó anécdotas.

Después, el director reconoció que la identidad era falsa y que tanto el texto como la fotografía podían haberse creado, al menos en parte, con IA. El diario retiró la columna.

[A message from the Editor](#)

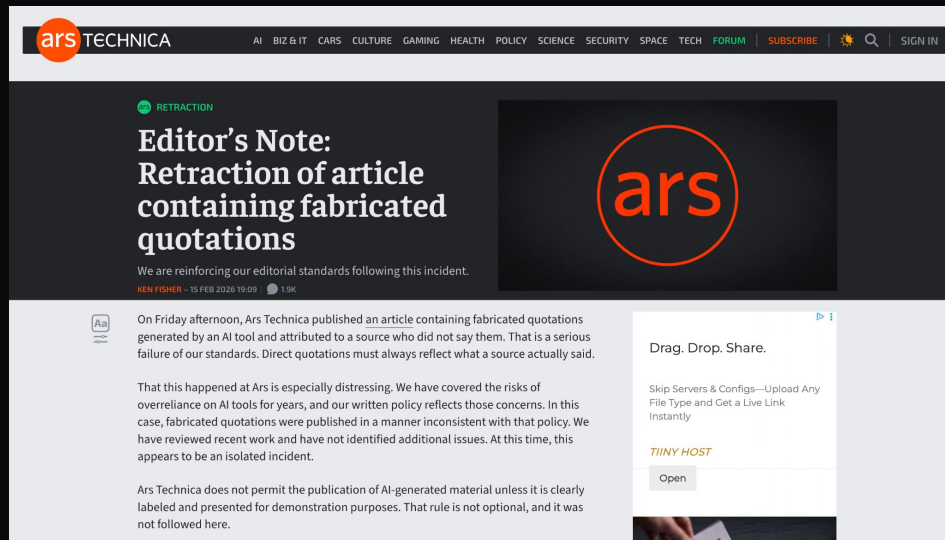
# Ars Technica: la IA puso palabras en boca de una fuente

Ars Technica retiró un artículo que atribuía a Scott Shambaugh citas literales fabricadas por una herramienta de IA.

## ESTO ES LO QUE SUCEDIÓ

En febrero de 2026, el propio director de Ars Technica reconoció y retiró el artículo. El detalle que hace memorable el caso: el medio llevaba años explicando los riesgos de fiarse demasiado de la IA, y terminó publicando citas inventadas en un artículo sobre ese ámbito. La IA puede ayudarnos a localizar posibles citas en una fuente. Pero una cita entre comillas se debe comprobar palabra por palabra en el documento o la grabación original.

[Editor's note](#)



# 3

## EL MÉTODO

Vamos a crear un método para trabajar noticias de principio a fin: información, estilo, redacción y revisión.

Obtendremos siempre contenidos acordes a la guía de estilo y a las instrucciones de redacción definidas en un proyecto de Claude.

# Somos la Agencia EFE y queremos crear un asistente de redacción

T

Para ello debemos asegurarnos de que el asistente:

## ENTIENDE “QUIÉN ES”

“Es” la Agencia EFE y, como tal, debe escribir acorde a las normas de estilo y redacción del medio. Además, debe “saber” que es una IA escribiendo y que, por tanto, debe ceñirse también a unas normas de escritura de IA definidas por el medio.

## MANTIENE COHERENCIA EN SU TRABAJO

El asistente debe escribir siempre con coherencia según la guía de estilo, no debe desviarse ni ser inconsistente entre las diferentes tareas que le pidamos. Debe notarse el estilo, frente a los textos genéricos o dispares.

## ENTIENDE Y APLICA MATICES

Consistencia no significa escribir siempre igual. Debe poder entender fácil y rápidamente qué enfoque o matices queremos aportar al texto. Para ello, vamos a crear habilidades predefinidas que podremos invocar cuando las necesitemos.

# El proceso editorial

El proceso editorial pasa por estos cuatro puntos, que vamos a incorporar a un Proyecto de Claude para automatizarlo.

## 1 · Documentación

Seleccionar las mejores fuentes. Extraer datos y entender qué significan.

## 2 · Definición del Estilo

Conocer y entender las normas para poder aplicarlas. Acordar formato, enfoque y matices.

## 3 · Redacción

Generar el texto.

## 4 · Revisión

Auditar precisión, adecuación a las órdenes y estilo aplicado.

### LO HAREMOS ASÍ:

Crear Proyecto → darle instrucciones y materiales → probarlo → corregirlo → reutilizarlo

# Abre Claude: vamos a crear un Proyecto

Vamos a crearlo en Claude. Es gratuito y se hace en tres minutos.

## EN CLAUDE

1. Entra en [claude.ai](https://claude.ai) y entra en Proyectos.
2. Espera al paso del PDF para adjuntarlo.
3. Copia cada PROMPT en el cuadro de mensaje y pulsa Enviar.

## SI NO TIENES CUENTA

1. Sigue la demostración en pantalla y crea tu proyecto después.

Todo lo que configures quedará guardado en el proyecto y servirá para tus próximos encargos.

# Descarga todo el material para la clase de hoy

Vamos a construir una herramienta de trabajo: un Proyecto de Claude configurado para redacción periodística, copywriting, SEO y GEO. Lo configuras una vez y lo reutilizas en cada encargo.

Para ello, descarga el material de trabajo.



[DESCARGAR](#)

## 3.1 · PROYECTO · QUÉ ES

# Qué es un Proyecto y qué puedes meterle dentro



## Lo que te da

- Instrucciones fijas que se aplican a todas las conversaciones que abras dentro
- Una base de conocimiento: manuales de estilo, normas del medio, muestras, glosarios
- Memoria entre chats dentro de un mismo proyecto



## Lo que conviene saber

- Los documentos quedan disponibles para cualquier chat que inicies, pero no entrenan al modelo de IA
- Lo permanente se adjunta a la base de conocimiento
- Lo relacionado con un caso concreto se adjunta en su chat específico

Disponible también para cuentas gratuitas, con un máximo de cinco proyectos.

## 3.1 · PROYECTO · ARQUITECTURA

# Qué se configura una vez y qué cambia cada día



A

## Instrucciones del proyecto

Cómo trabaja: fuentes, estilo, redacción y revisión.

SE CONFIGURA UNA VEZ



B

## Materiales de referencia

Libro de estilo del medio de comunicación + guía de uso editorial de IA + Muestras de voz.

SE CONFIGURA UNA VEZ



C

## Encargo concreto

Asunto, fuentes de esa pieza, público, medio, formato y fecha.

CAMBIA EN CADA PIEZA



D

## Prueba y corrección

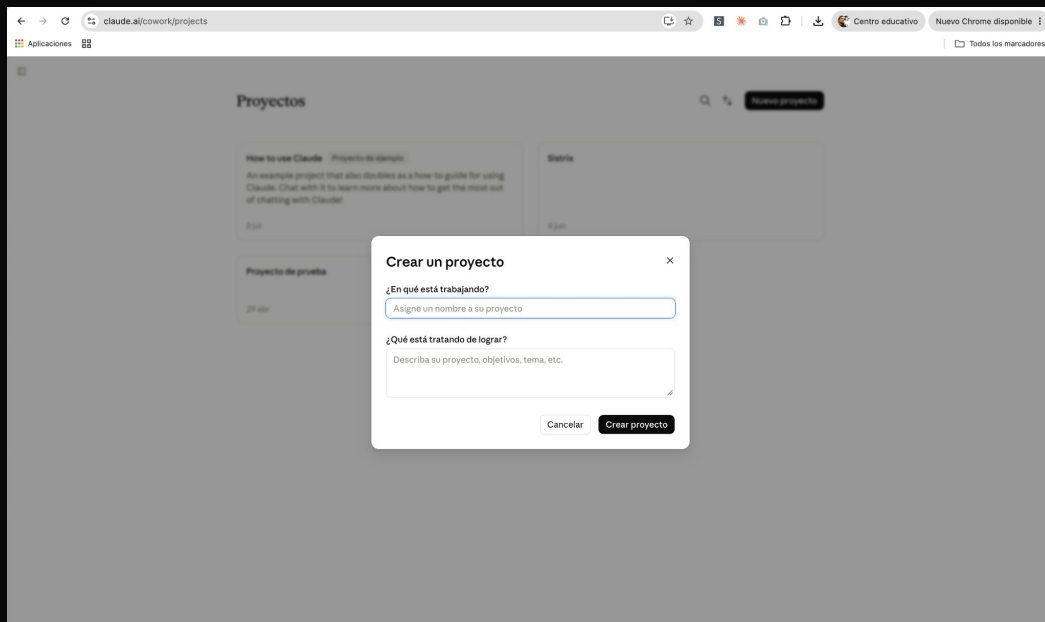
Se comprueba el resultado y se decide qué se corrige.

CADA VEZ QUE FALLA

¿Entonces... cuando algo sale mal, ¿se corrige en la conversación o hay que cambiar una instrucción del proyecto?

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 1

# Crea el proyecto



01

**Entra en [claude.ai/projects](https://claude.ai/projects)**

O pulsa «Proyectos» en el lateral izquierdo.

02

**Pulsa «+ Nuevo proyecto»**

Arriba a la derecha.

03

**Nómbralo «Redacción URJC»**

La descripción es opcional.

04

**Comprueba que estás dentro**

Verás el área de chat y, a la derecha, la base de conocimiento vacía.

**Claude no ve el nombre ni la descripción:** son solo para que tú lo encuentres. Lo que sí lee son las instrucciones y los materiales.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 2

# Instrucciones del proyecto · bloque 1 de 3

## > PROMPT

Ubicación: instrucciones del proyecto

**Eres mi asistente de redacción profesional. Trabajas para periodismo, copywriting, SEO y GEO.**

**Fuentes y hechos.** Distingue siempre tres cosas: los documentos que aportan hechos, los textos que solo enseñan estilo y las instrucciones de cada encargo. De las muestras de estilo no extraigas nunca datos ni afirmaciones. No inventes datos, citas, declaraciones, enlaces ni fuentes. Cuando uses una cifra, indica qué mide, a qué población se refiere, de qué periodo es y de qué documento procede. Si una afirmación relevante no tiene respaldo en los materiales del encargo, dilo en lugar de completarla.

## QUÉ PROBLEMA RESUELVE

### Sienta unas bases sólidas

Y luego lo vas puliendo a medida que vas observando cómo funciona.

### Cierra la puerta al relleno

Antes de inventar, que lo diga.

### Obliga a contextualizar

Qué mide, de quién, de cuándo y de dónde.

**Los tres bloques forman un solo texto.** Se pegan seguidos en el mismo campo. El texto completo está en el paquete de la práctica.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 2

# Instrucciones del proyecto · bloque 2 de 3

## >\_ PROMPT

Ubicación: instrucciones del proyecto

**Estilo.** En la base de conocimiento tienes el libro del estilo de EFE que rige la redacción periodística; la Guía de uso editorial de IA rige el empleo de la herramienta. Consulta el documento correspondiente antes de atribuir una norma a EFE. Evita el relleno, las fórmulas genéricas y los adjetivos sin prueba. No apliques plantillas de «humanización» ni introduces errores o dramatismo para parecer humano. Acepta mis correcciones de estilo y aplícalas a partir de ese momento.

**Redacción.** Cada encargo indicará público, medio, objetivo y extensión. Ajústate a ellos. Entrega el texto listo para publicar: sin introducciones del tipo «aquí tienes», sin resúmenes de lo que has hecho y sin preguntas al final, salvo que te las pida. Si el encargo es informativo, prioriza la exactitud y la atribución; si es publicitario, prioriza el beneficio demostrable y la acción, sin inventar promesas.

## QUÉ PROBLEMA RESUELVE

### Tu voz real

Rasgos de tus muestras, para que escriba como tú.

### Texto listo para publicar

Sin introducciones del tipo «aquí tienes...»  
ni resúmenes al final

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 2

# Instrucciones del proyecto · bloque 3 de 3

## > PROMPT

Ubicación: instrucciones del proyecto

**Revisión.** Cuando te pida revisar, separa dos cosas: exactitud (datos, atribución, periodos, alcance de lo que dice cada fuente) y calidad de escritura (claridad, ritmo, precisión del léxico). Propón cambios concretos y explica en una línea por qué. Conserva lo que ya funciona y no reescribas lo que no te he pedido. La decisión final es mía.

**SEO y GEO.** Cuando el encargo lo pida, trabaja la necesidad de búsqueda real, el título, la estructura de encabezados y un párrafo que se entienda fuera de contexto, con su dato, su fuente y su periodo. No fuerces palabras clave, no inventes volúmenes de búsqueda y no prometas posiciones ni citas en sistemas de IA.

**Información insuficiente.** Si falta algo imprescindible, pregunta solo por eso, en una línea. Si puedes trabajar con límites explícitos, hazlo y señala entre corchetes lo que falta.

## QUÉ PROBLEMA RESUELVE

### Exactitud y estilo, separados

Son dos revisiones diferentes.

### SEO basado en datos

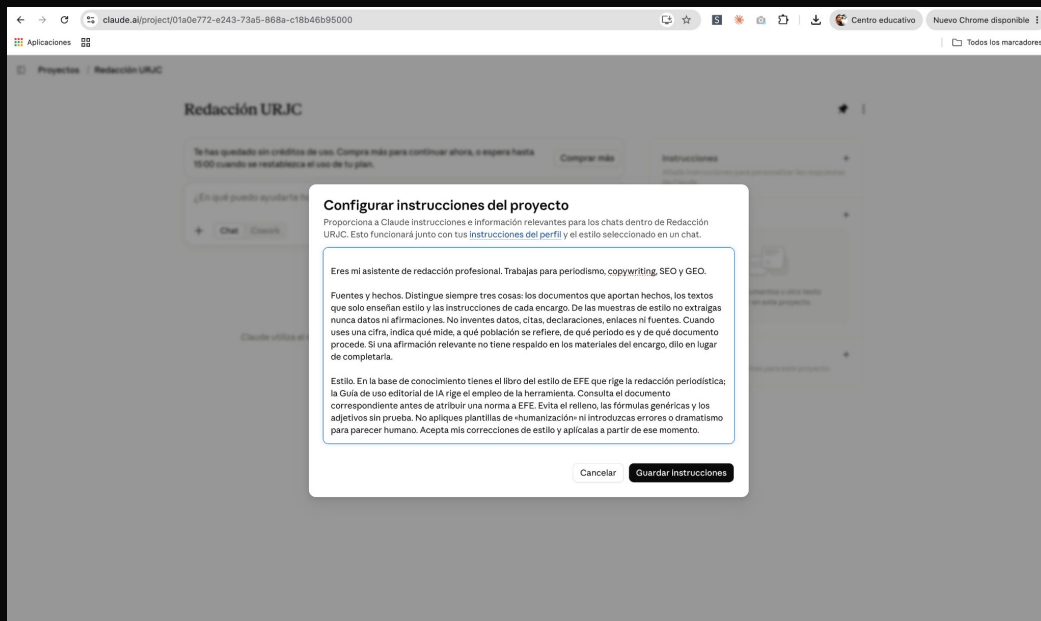
Sin volúmenes inventados ni relleno.

### Que pregunte lo justo

Hay que encontrar el equilibrio entre precisión y extensión.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 3

# Pega las instrucciones y guarda



01

Pulsa «Establecer instrucciones del proyecto»

02

Pega las instrucciones

03

Pulsa «Guardar instrucciones»

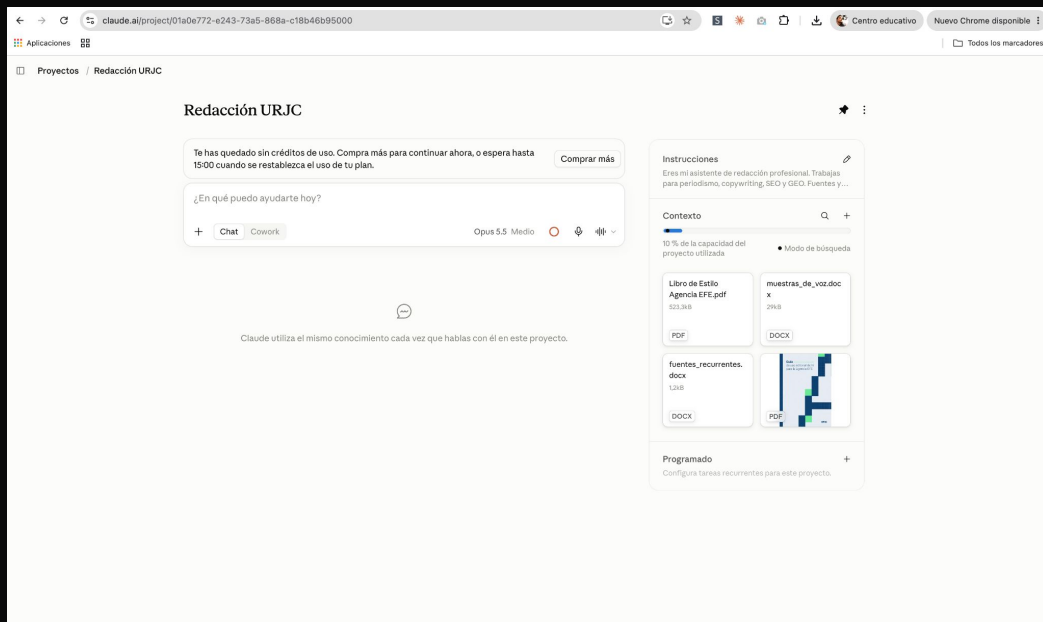
04

Comprueba: el panel se cierra y las instrucciones quedan resumidas en la ficha del proyecto

**Se aplican a todas las conversaciones del proyecto,** también a las que abras dentro de un mes. Eso es lo que lo diferencia de pegar un prompt largo en un chat.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · PASO 4

# Sube los materiales de referencia



## Qué subimos

Libro de Estilo de EFE  
Guía editorial de IA de EFE  
Muestras de voz  
Fuentes recurrentes



## Qué no subimos

Las fuentes concretas. El informe y el CSV de esta noticia.

Datos personales o material confidencial

**Regla:** a la base de conocimiento (Contexto) va lo que sirve para muchos encargos; a la conversación, lo que sirve para uno.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · QUÉ SUBIMOS

# Estos son los materiales que adjuntamos



## Normas del medio

*Guía de uso editorial de IA de la Agencia EFE*

Qué se puede publicar, cómo se etiqueta y qué está prohibido en imagen.



## Libro de Estilo

*Libro de estilo de la Agencia EFE*

Tratamiento de cifras, atribución, titulares y tratamiento personal.



## Muestras de voz

*Textos con rasgos reconocibles*

De otros asuntos, para que copie la forma y no los hechos.



## Fuentes de consulta

*Fuentes recurrentes y documentos que se usarán en distintos encargos*

No incluimos aquí los datos concretos de una conversación específica.

**Criterio para decidir qué sube:** lo que vas a reutilizar en muchos encargos. Lo de una pieza concreta se adjunta a su conversación. Si un archivo deja de ser útil al cambiar de noticia, no debe pertenecer a la base de conocimiento.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · NORMAS REALES

# Subimos la guía de EFE para “entrenar” a la IA

## LO QUE EXIGE LA GUÍA

- La IA asiste, pero no debe ser la autora final y única del contenido
- Un periodista supervisa y responde de lo publicado
- Los titulares se proponen; elige una persona
- Se verifican nombres, cifras, fechas y cargos contra la fuente

## LA FÓRMULA DE AVISO DE EFE

*«Información elaborada con la asistencia de inteligencia artificial y supervisada por un periodista de la Agencia EFE».*

## LO QUE VAMOS A COMPROBAR

**Si el proyecto aplica estas normas sin que se lo recordemos en cada encargo. Esa es la prueba de que el conocimiento sirve.**

**Las guías son públicas:** EFE las publica en su web corporativa. Las tienes también en el paquete de la práctica. Libro de estilo → cómo se escribe y edita. Guía de IA → cómo se utiliza la herramienta.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · COMPROBACIÓN

# Comprobamos que ha leído las normas

## > PROMPTS\*

Ubicación: conversación de prueba

1. Según la guía editorial que tienes en el proyecto: si redacto una noticia con tu ayuda y la reviso, ¿tengo que avisar al lector? ¿Con qué fórmula exacta y dónde? ¿Puedo ilustrarla con una imagen generada?

2. Consulta el libro de estilo. Para una noticia con estadísticas, dime qué pautas establece sobre el titular, la entradilla y el manejo de los datos. Señala el apartado y la página de cada una. Si alguna de estas cosas no está regulada expresamente, dilo; no completes de memoria.



## Si contesta con generalidades

No está leyendo el documento.  
Comprueba dos cosas: que las guías están en la base de conocimiento y que estás dentro del proyecto.

### LO QUE DEBERÍA CONTESTAR

#### Sí, con aviso

Cuando la intervención es significativa.

#### Aviso

Al pie de la noticia.

#### Imágenes no realistas

Nada que parezca una fotografía real.

**\* Envía el PROMPT 1 y observa la respuesta; después envía el PROMPT 2 y comprueba apartado y página en el libro**

## 3.2 · CONOCIMIENTO · BÚSQUEDA

# Antes de “escribir”, veamos qué busca la gente



## La consulta principal

«edad emancipación España»: 100 búsquedas al mes y un 21 % de competencia.



## Las kws agrupadas

Teníamos seis CSV de Sistrix. Hemos reunido sus consultas en un único archivo y eliminado las filas repetidas.



## EI CSV

35 consultas distintas, cada una con su volumen estimado, competencia y CPC.



## La decisión editorial

Separar las búsquedas sobre salida del hogar de otras como la emancipación legal o el primer empleo.

**Cautela con los datos:** No sumamos los volúmenes para calcular lectores potenciales: las consultas pueden solaparse y algunas ni siquiera corresponden a esta noticia.

**Los volúmenes salen de Sistrix**, nunca de la IA que se los inventa. (Nunca hacer keyword research con IA)

## 3.2 · CONOCIMIENTO · BÚSQUEDA

# Las reglas van al Proyecto. El CSV, al chat

Si guardáramos el CSV de keywords en el Proyecto, Claude lo consultaría también al preparar otra noticia.



## QUÉ SE SUBE AL PROYECTO

Cómo comprobar fuentes y cifras.  
Cómo escribir con el estilo aprendido.  
Cómo revisar y preparar una pieza para SEO.  
Normas y referencias que servirán en otros encargos.



## QUÉ SE SUBE AL CHAT

El informe que utilizamos para esta noticia.  
El CSV depurado de Sistrix sobre emancipación.  
El encargo: qué pieza estamos escribiendo y para quién.

## >\_ PROMPT

Analiza el CSV que adjunto. Agrupa las consultas según intención de búsqueda. Separa las que puede responder nuestra noticia sobre la edad de salida del hogar familiar de las que preguntan por otra cosa. Para cada grupo, muestra las consultas exactas y sus volúmenes como aparecen en el archivo. No sumes variantes como si fueran personas distintas. Señala cualquier dato repetido o contradictorio.

## 3.2 · CONOCIMIENTO · BÚSQUEDA

# Las consultas se agrupan en tres intenciones

¿Cuál responde nuestra noticia?

## EL DATO QUE SÍ TENEMOS

*«edad emancipación España» y variantes sobre la edad media. Cuatro variantes suman 340 búsquedas mensuales estimadas en el archivo. Son búsquedas de términos, no 340 lectores distintos.*

### Qué hacemos

El dato y su periodo deben estar en el título y la entrada.

## LA COMPARACIÓN QUE PODEMOS EXPLICAR

*Consultas sobre España y Europa. La noticia contiene datos comparables de Eurostat.*

### Qué hacemos

Explicar la comparación sin convertirla necesariamente en una causa.

## CADA INTENCIÓN, UNA URL PARA SEO

*«edad emancipación legal España» y variantes sobre la edad mínima. Preguntan por una cuestión jurídica, no por la edad estadística de salida del hogar.*

### Qué hacemos

No atacar esa búsqueda con un título que nuestra noticia no responde.

**Por tanto:** el resultado no es una lista de palabras que insertar sin más: es una decisión sobre qué intención de búsqueda promete resolver la pieza de manera global.

### 3.3 · HABILIDADES (SKILLS) · UN PASO MÁS

# Habilidades para mejorar aún más a la IA



## El proyecto

- Es tu mesa de trabajo para un encargo, una sección o un cliente
- Instrucciones y documentos disponibles en sus conversaciones
- Lo abres tú cuando vas a trabajar en eso



## La habilidad

- Es un procedimiento que Claude carga solo cuando hace falta o cuando tú se lo ordenas
- Funciona en cualquier conversación, dentro o fuera del proyecto
- Disponible en todos los planes; requiere activar la ejecución de código

## 3.3 · HABILIDADES (SKILLS)

# Vamos a crear habilidades especiales



01

## Extraer datos

Tabla con dato, qué mide, periodo y página, más lo que el documento no responde.



02

## Contrastar un dato

Fuente oficial, enlace abrible, fecha y cifra exacta. O «no encuentro respaldo».



03

## Revisión periodística

Exactitud y escritura por separado. Caza el salto del dato a la causa.



04

## Revisión publicitaria

Beneficio demostrable, promesa sostenible y acción posible.



05

## Pulir la escritura

Los siete pecados, sin tocar hechos, atribuciones ni grado de certeza.



06

## Titular y adaptar

Doble titulación, copy para redes, entrada de boletín y locución.



07

## Publicar en web

Título, descripción, encabezados y párrafo que aguanta solo.



08

## Escribir como yo

Tus reglas de voz, deducidas de tus textos y corregidas por ti.

**En clase creamos una:** la de revisión periodística. Las ocho están escritas enteras en el paquete, listas para pegar.

## 3.3 · HABILIDADES (SKILLS) · ANATOMÍA

# Qué lleva dentro una skill



## Nombre

Corto y por tarea.

*«Revisión periodística»*



## Descripción

Va a determinar cuándo se activa.  
Escribela con escenarios de ejemplo,  
no con conceptos abstractos.

*«Revisa noticias, teletipos y textos  
informativos: comprueba datos, atribución y  
periodos, y separa exactitud de estilo».*



## Instrucciones

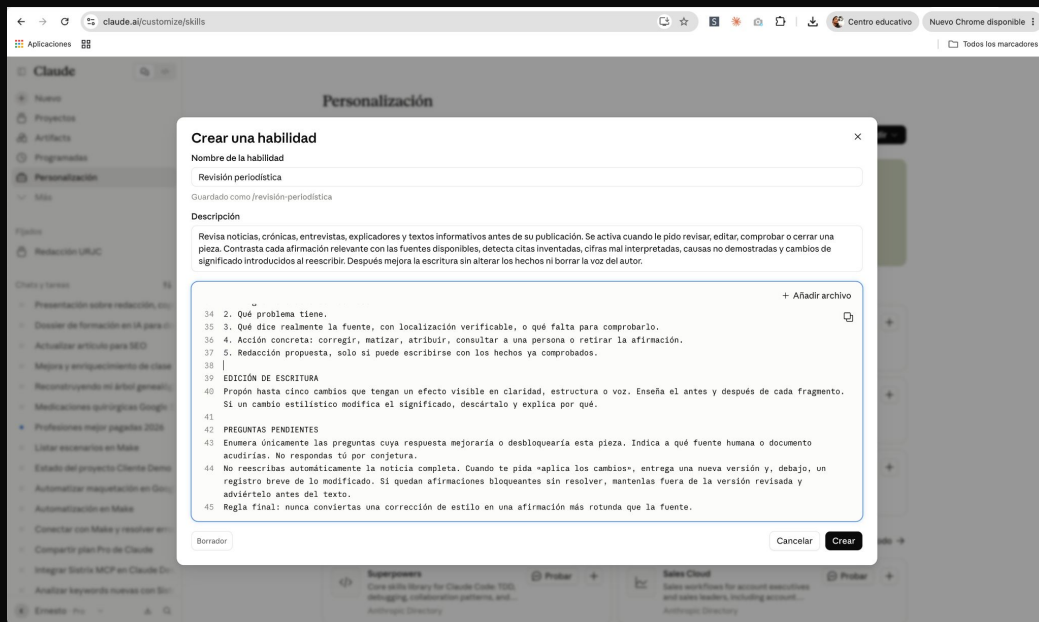
Un folio, no diez. Aportar mucha  
profundidad puede hacerla más  
inteligente, pero demasiada instrucción  
dificulta su cumplimiento. Economiza.

*Qué comprueba, en qué orden, qué  
devuelve y qué no debe hacer nunca.*

**Errores comunes:** una descripción tan vaga y genérica que no se activa nunca, o se activa con todo, y no aporta realmente una habilidad especial. Instrucciones enormes que comprometen el funcionamiento de la skill por la dificultad de procesarlas.

## 3.3 · HABILIDADES (SKILLS) · CREAR

# Crear una skill, en dos minutos

**01 Personalización · Skills**

Requiere la ejecución de código activada.

**02 Botón +**

Tres vías: crearla con Claude, escribirla o cargar un archivo.

**03 Nombre y descripción**

La descripción decide cuándo se activa.

**04 Pega las instrucciones**

Están en el material de la clase.

**05 Pruébala fuera del proyecto**

Pega un párrafo y pide revisarlo.

**Nota:** Si tu cuenta no tiene habilidades pega ese mismo texto en las instrucciones del proyecto. Funciona igual, pero no se activará sola.

## 3.3 · HABILIDADES (SKILLS) · DEMOSTRACIÓN

# El mismo párrafo, dos skills

## PÁRRAFO DE PARTIDA

*«La emancipación en España es un drama sin precedentes: los jóvenes no pueden independizarse y necesitan ayuda urgente».*

## REVISIÓN PERIODÍSTICA

**«Los jóvenes españoles dejan el hogar familiar a los 30,2 años, frente a los 26,3 de media en la UE, según Eurostat (2025)».**

Fuera «drama sin precedentes» y «no pueden»: no hay fuente. Entra el dato con su periodo.

## REVISIÓN PUBLICITARIA

**«Salir de casa a los treinta es la media en España. Si estás buscando tu primer alquiler, esta guía gratuita te dice qué mirar antes de firmar».**

Conserva la persuasión, pero la promesa se sostiene y hay una acción posible.

## 3.3 · PRUEBA · EL ENCARGO

# Las fuentes de la noticia

## Eurostat

### EDAD DE EMANCIPACIÓN EN 2025

Edad media de salida del hogar familiar: 30,2 años en España y 26,3 en la UE. Publicado el 15/09/2026.

## Banco de España

### CONTEXTO DE 2022

El 65,9 % de los jóvenes de 18 a 34 años vivía en el hogar familiar, 13 puntos más que en 2008.

## Consejo de la Juventud

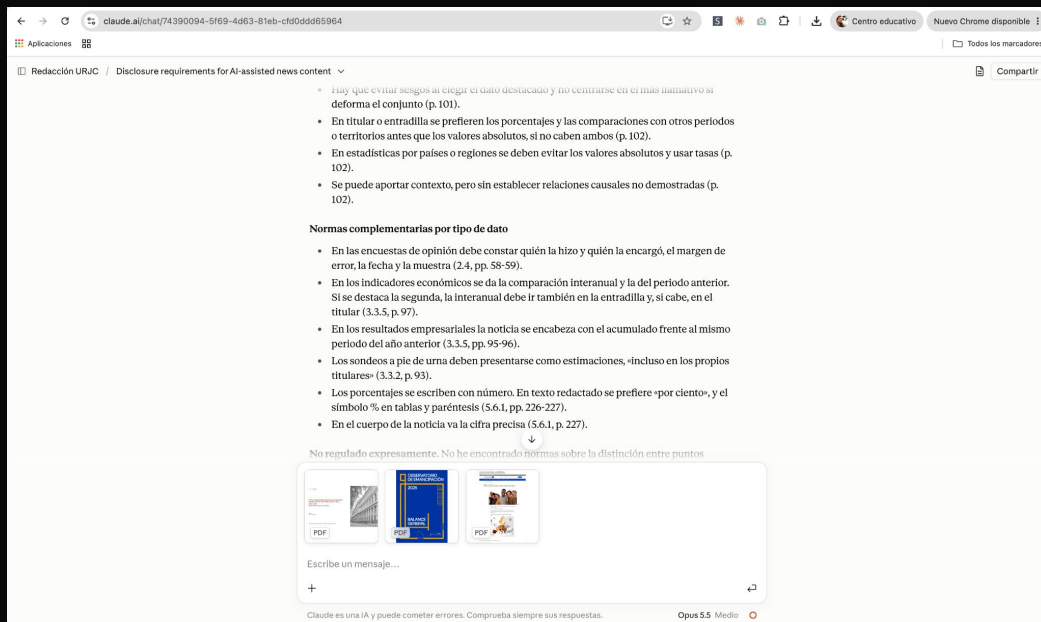
### MÁS DATOS VALIOSOS

Tasa de emancipación en España y desglose por comunidades autónomas.

**Dos periodos distintos:** la edad es de 2025 y el porcentaje de convivencia es de 2022. Mezclarlos en una frase es el error más fácil de cometer.

## 3.3 · PRUEBA · LAS FUENTES

# Las adjuntamos a la conversación



## Desde dentro del proyecto

Así hereda instrucciones y materiales.



## Adjunta las tres fuentes

Son de esta pieza, no del proyecto.



## Ojo con la memoria

Lo que pase aquí no estará necesariamente en otra conversación salvo que lo subas al conocimiento.

**Comprobación antes de seguir:** el nombre del proyecto tiene que verse arriba. Si no, estás en un chat suelto.

## 3.3 · PRUEBA · PROMPT

# El encargo que lanzamos

## > PROMPT

Ubicación: conversación de prueba, con las tres fuentes adjuntas

Con los documentos adjuntos, escribe una pieza de 320 a 360 palabras como boceto informativo de práctica para una agencia de noticias. Público: redacciones que necesitan entender el dato, su comparación y sus límites.

Enfoque: la distancia entre España y la media europea y qué explican y qué no explican los datos disponibles. Atribuye cada cifra a su documento y respeta los periodos de cada uno. Aplica el estilo de las muestras de la base de conocimiento.

Al final, fuera del texto, añade dos líneas: las afirmaciones que no has podido respaldar y las preguntas que habría que hacer a una fuente humana.

## POR QUÉ ASÍ

### Extensión y público

Debes decidirlo tú.

### Enfoque cerrado

Así evitamos el texto de relleno.

### Periodos explícitos

Para no cometer errores en la información.

## 3.3 · PRUEBA · QUÉ MIRAMOS

# Cinco comprobaciones sobre la respuesta

**01****Qué información usa**

¿Sale de los tres documentos o ha añadido algo de su cuenta?

**02****Cómo atribuye**

¿Cada cifra lleva su fuente y su periodo?

**03****Qué enfoque sigue**

¿Es el que pedimos o se ha ido al tópico?

**04****Cómo aplica el estilo**

¿Se reconocen los rasgos de las muestras?

**05****Qué reconoce que no sabe**

¿Ha listado lo que no puede respaldar?

## 3.3 · PRUEBA · RESULTADO

# El resultado

El Proyecto tiene nuestras reglas editoriales y muestras de estilo, además de las fuentes en el chat: ahora vemos si las usa al redactar.

## EJEMPLO DIDÁCTICO · ENTRADA DE LA PIEZA

*«Los jóvenes españoles dejan el hogar familiar a los **30,2 años**. La media de la Unión Europea está en **26,3**, según los datos de **Eurostat de 2025**: casi cuatro años antes. La distancia no es nueva, pero sí medible: en **2022**, el **65,9 %** de las personas de 18 a 34 años vivía todavía en casa de sus padres, trece puntos más que en **2008**, según la **Encuesta Financiera de las Familias del Banco de España**».*

**Y fuera del texto:** «No he podido respaldar ninguna causa del retraso. Preguntas para una fuente humana: intentar encontrar la conexión entre edades - paro - precio de la vivienda»

**Abre con el dato**

Sin introducción de relleno.

**Atribuye cada cifra**

Fuente y periodo en la misma frase.

**Sitúa cada cifra en su año**

Cada dato con su año.

**Declara lo que no sabe**

Fuera del texto publicable. (Nota de trabajo -> No publicar)

## 3.3 · PRUEBA · ARTEFACTO

# Pasa el borrador a un *artefacto* para revisarlo

Claude reúne la pieza, las cifras con sus fuentes y las preguntas pendientes en un documento que revisaremos dentro del Proyecto.

## >\_ PROMPT

*«Crea un artefacto con el borrador de la noticia. Debajo, añade una tabla con cada cifra, su periodo y el enlace a su fuente. Al final, separa las preguntas que siguen pendientes. No des la pieza por lista para publicar: primero vamos a revisarla».*

### QUÉ CONTIENE EL ARTEFACTO

**El texto publicable · la tabla de datos con periodo y fuente · los enlaces a los documentos originales · las preguntas que quedan abiertas**



### Se abre en un panel aparte

El texto maquetado, no un mensaje más del chat.



### Se edita ahí mismo

Le pides cambios y los aplica sobre el documento.



### Se comparte con un enlace

Facilita el manejo de la información.

## 3.3 · PRUEBA · DATOS

# Súbele un archivo de datos y que calcule

>\_ **PROMPT**

«Con el archivo adjunto, calcula la diferencia entre España y la media de la UE en cada año desde 2010, ordénala y hazme un gráfico de la evolución».

**DOS AVISOS**

**El gráfico es de trabajo, no de publicación: tu medio tiene su propio estilo gráfico.**

Y el resultado se comprueba como cualquier dato: mira si ha tomado la columna correcta y si el periodo es el que pediste.

*Requiere la ejecución de código activada, la misma casilla que las habilidades.*

**Ejecuta código**

No estima: calcula sobre tu archivo.

**Tabla y gráfico**

Y el código, si se lo pides.

**Comprobable**

El cálculo está a la vista y el archivo es tuyo.

**Periodismo de datos sin programar:** la parte que sigue siendo tuya es saber qué preguntarle a la tabla.

## 3.4 · CORRECCIÓN · EL FALLO

# El problema que suele aparecer

## LO QUE DEVOLVIÓ

«El 65,9 % de los jóvenes no podía permitirse una vivienda en 2022, lo que explica el retraso de la emancipación en España».

## LO QUE DICE LA FUENTE

«El 65,9 % de las personas de 18 a 34 años residía en el hogar familiar en 2022». Mide convivencia. No mide capacidad de pago ni explica la causa.

## POR QUÉ IMPORTA

**Convierte un dato en una causa**

Es el error más frecuente al escribir con datos, con IA y sin ella.

**Ningún detector lo vería**

El texto está bien escrito: el fallo está en el salto lógico.

**Lo firmas tú. Por tanto, revisa siempre**

Si se publica, la rectificación lleva tu nombre.

## 3.4 · CORRECCIÓN · LA DECISIÓN

# Si falla, ¿se corrige el texto o la configuración?



**Si afecta solo a esta pieza**

**Se corrige en la conversación.**

Un adjetivo, un orden de párrafos, una frase larga, etc.



**Si es un comportamiento repetido**

**Se cambia una instrucción del proyecto.**

Convertir datos en causas puede ser un problema general.



**Si falta una fuente**

**Se consigue la fuente o se acota el encargo.**

Ninguna prohibición crea un dato que no tienes.

Lo que arreglas una vez en las instrucciones no hay que volver a pedirlo en ningún encargo futuro. **Ahorro de tiempo + optimización**

## 3.4 · CORRECCIÓN

# Corrige la pieza y mejora el proyecto

## PROMPT PARA EL CHAT

*«La frase sobre el 65,9 % atribuye una causa que la fuente no sostiene: ese dato mide convivencia en el hogar familiar, no capacidad de pago. Reescribe solo esa frase, conserva la cifra, el periodo y la fuente, y no añadas ninguna causa. Dime en una línea qué has cambiado».*

Arregla esta pieza.

## PROMPT PARA EL PROYECTO

***«No atribuyas causas, intenciones ni consecuencias que las fuentes no afirmen expresamente. Si una relación entre dos datos te parece probable pero no está en los documentos, escríbela como pregunta pendiente, fuera del texto».***

Arregla todos los encargos siguientes.

**Después de pegarla, vuelve a pulsar «Guardar instrucciones».** Desde ese momento se aplica a todas las conversaciones del proyecto.

# El mismo proyecto, otra noticia distinta

El Proyecto conserva las reglas editoriales y las muestras de estilo. Esta noticia empieza en un chat nuevo, con sus propias fuentes adjuntas.

>\_ ABRES UN CHAT NUEVO, EN EL MISMO PROYECTO

Adjunta la nota de prensa de la EPA, segundo trimestre de 2026.

Pega el siguiente PROMPT:

*Con la nota de prensa del INE que adjunto, escribe una entrada informativa de 100 a 120 palabras sobre el empleo en España en el segundo trimestre de 2026. Elige el dato principal que mejor justifique la noticia. Identifica su fuente y su periodo. No atribuyas las variaciones a causas que el documento no demuestre. Al terminar, fuera del texto, indica qué dato has elegido y por qué.*

## QUÉ COMPROBAMOS

### Otra fuente

ahora trabaja con el INE, no con Eurostat ni con el Banco de España.

### Las mismas reglas

atribuye, respeta el periodo y evita inventar causas.

### Voz aprendida para siempre

aplica el estilo y la voz sin que tengamos que volver a enseñarle.

**Hemos cambiado la noticia**, no la forma de trabajar. Y nos hemos ahorrado mucho tiempo y esfuerzo.

# La noticia no termina cuando la publicas



## TAREA PROGRAMADA

Ubicación: Cowork o Claude Code

*«Cada lunes a las 8:00, comprueba si Eurostat, el INE o el Banco de España han publicado datos nuevos sobre emancipación. Compáralos con la ficha que tengo y avísame solo si hay cambios, con el enlace».*

## En qué nos ayuda

El seguimiento deja de depender de que recuerdes buscar novedades. Recibes los datos y sus fuentes para estudiarlos.

01

### Se define una vez

En lenguaje normal, sin programar nada.

02

### Se ejecuta sola

A la hora que digas, estés o no delante.

03

### Obtiene el dato

Y si no hay novedad, no te molesta.

## Lo que no hace

No decide si el cambio justifica una actualización. Compruebas la fuente, valoras el contexto y decides qué hacer con la noticia.

# Resumen del Método



## Proceso editorial

Información, estilo, redacción y revisión: el criterio con el que dirigimos el trabajo.

CRITERIO



## Proyecto

Contiene el libro de estilo, la guía de IA y las reglas que hemos corregido.

ENTRENAMIENTO PERMANENTE



## Habilidades (Skills)

Procedimientos específicos para extraer, contrastar, escribir y revisar.

PROCEDIMIENTOS



## Chat de trabajo

Recibe fuentes y encargos específicos y aplica la configuración del Proyecto.

RESULTADOS



## Artefacto

Reúne el borrador, las fuentes y las preguntas pendientes para revisarlos.

REVISIÓN



## Tareas programadas

Revisa periódicamente las fuentes del tema y entrega las novedades.

SEGUIMIENTO

# No pierdes el control

01

## Documentarse

*Investigación y conectores*

02

## Comprobar

*Contrasta datos con fuentes  
enlazadas*

03

## Decidir el enfoque

Tú

04

## Escribir

*Tu proyecto, con sus normas  
y tu voz*

05

## Tratar los datos

*Manejo de los archivos de  
información*

06

## Editar

*Habilidades de revisión y  
corrección*

07

## Publicar y firmar

Tú

08

## Mantener la rutina

*Tareas programadas*

La IA puede hacer el trabajo de búsqueda, contraste, escritura y edición.

Tú decides el enfoque y apruebas lo que lleva tu firma.

# 4

## SEO y GEO

Prepararemos la noticia para que responda a una búsqueda relevante: títulos, estructura, enlaces y revisión de la publicación.

¿Y para salir mencionados en las IAs?

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# Lo que la IA sí puede hacer en SEO

Tareas en las que puede ayudarte muchísimo

01

## Agrupar keywords

Variantes y grupos por intención a partir de tu CSV.

02

## Estructurar encabezados

Keyword principal en el H1 y secundarias en H2 y H3.

03

## Redactar el contenido

Borrador que cubre el cluster con los datos del dossier.

04

## Title y descripción

Variantes fieles al contenido para que elija el editor.

05

## Enlaces internos

Anchor, párrafo y motivo, con URLs reales del medio.

06

## Texto alternativo

Describe gráficos e imágenes con su dato principal.

07

## Datos estructurados

Schema JSON-LD que valida el equipo web.

08

## Analizar Search Console

Consultas con muchas impresiones y pocos clics.

09

## Detectar canibalización

Piezas del medio que compiten por la misma consulta.

10

## Actualizar piezas antiguas

Datos desactualizados y cambios mínimos.

11

## Preparar para GEO

Párrafos que se entienden solos, con fuente y fecha.

✓

## La condición

Datos reales adjuntos o acceso a herramientas + tu revisión final.

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# Lo que la IA no puede hacer por sí sola

Sin datos reales ni acceso a tus herramientas, estas tareas quedan fuera de su alcance.

**1****Dar volúmenes reales**

Sin los datos de una herramienta SEO, inventa volumen, dificultad y tendencia.

**2****Saber qué posiciona hoy**

Sin búsqueda web ni conectores, no ve los resultados actuales.

**3****Comprobar la indexación**

Necesita acceso a Search Console o a un rastreador.

**4****Enlaces entrantes**

Los enlaces dependen de lo que hagan otros sitios.

**5****Aportar experiencia real**

La primera E de E-E-A-T es del autor. No se puede redactar.

**6****Garantizar posiciones**

Google decide qué muestra. Nadie puede prometer un puesto.

**7****Demostrar causas al 100%**

Para hacerlo necesitaría acceso a los algoritmos de Google y a todo tu histórico de cambios.

**8****Decidir por ti**

Enfoque, datos y publicación son responsabilidad editorial.

Con conectores a herramientas como Sistrix o Search Console, algunas de estas tareas pasan a ser posibles.

# ¿La IA puede agrupar tus keywords?

Sí, si le das un CSV con datos reales. Clasifica y agrupa; los volúmenes salen del archivo.

**1**

## Exporta el CSV

Desde Sistrix u otra herramienta: keyword, volumen y URL.

**2**

## Adjúntalo al chat

Son datos para una noticia concreta

**3**

## Agrupar por intención

Una keyword principal y varias secundarias por grupo.

**4**

## Elige tú el grupo

El que tu pieza puede responder con los datos que tienes.

## >\_ PROMPT

Adjunto un CSV de Sistrix con keywords sobre emancipación juvenil. Agrúpalas por intención de búsqueda y por tema. Para cada grupo indica la keyword principal, las secundarias y la suma de volumen, usando solo los datos del archivo. Señala qué grupo puede responder una noticia basada en los datos de Eurostat de 2025 y cuáles necesitarían otra pieza. Si falta un volumen o hay filas duplicadas, indícalo en vez de estimarlo.

## AL RECIBIR LA RESPUESTA

Comprueba dos o tres volúmenes en el CSV. Si aparece una cifra que no está en el archivo, descártala.

## 4 · SEO · KEYWORD RESEARCH

# Entonces... ¿La IA puede hacer Keyword Research?

La IA puede proponer y agrupar consultas; no debe inventar su volumen ni su competencia. Por tanto: NO.

## 1 Dile que te proponga términos

Pide variantes sobre el tema, posibles búsquedas, keywords relacionadas, etc.

## 2 Contrasta con datos de verdad

Consulta siempre una herramienta SEO con datos fiables.

## 3 Dile que agrupe por Search Intent

Según la semántica y la pregunta que resuelven en Google.

## 4 Elige tú

Prioriza una consulta que puedas responder, además de valorar su demanda.

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede optimizar título y descripción para CTR?

Sí, con los datos de Search Console. Detecta dónde se pierden clics y propone variantes fieles al texto.

**1****Exporta el informe**

Consultas, impresiones, clics, CTR y posición de la URL.

**2****Busca la oportunidad**

Muchas impresiones y CTR bajo para su posición media.

**3****Pide variantes**

Título y descripción que respondan a la consulta real.

**4****Cambia y mide**

Un cambio cada vez; compara periodos equivalentes.

**>\_ PROMPT**

Adjunto el informe de Search Console de esta URL (consultas, clics, impresiones, CTR y posición de los últimos 28 días) y el texto de la noticia. Identifica las consultas con más impresiones y un CTR bajo para su posición media, comparándolas con el resto de filas del archivo. Propón tres títulos y tres descripciones que respondan mejor a esas consultas sin prometer nada que el texto no contenga. Para cada propuesta, indica a qué consulta responde y qué podría malinterpretar el lector. No inventes cifras de CTR esperado.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

Elige la variante más fiel, apunta la fecha del cambio y compara el mismo periodo. Google puede mostrar otro título.

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede estructurar los encabezados?

Sí: con el grupo elegido, pone la principal en el H1 y las secundarias en H2 y H3.

**1****Parte del grupo**

Keyword principal y secundarias del paso anterior.

**2****Añade la noticia**

El texto aprobado o el dossier con los datos.

**3****Pide la jerarquía**

H1 con la principal, H2 por pregunta, H3 solo si hay subapartado.

**4****Léelo como lector**

Cada encabezado debe tener sentido sin pensar en la keyword.

**>\_ PROMPT**

Con el grupo de keywords elegido y la noticia adjunta, propón la estructura de encabezados. Usa la keyword principal en el H1 y asigna las secundarias a H2 o H3 solo si responden a una pregunta que el texto contesta. Redacta los encabezados como frases naturales, sin repetir keywords. Para cada encabezado indica qué keyword cubre y qué párrafo lo sostiene. Lista aparte las keywords que no encajan.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Descarta los encabezados que el texto no respalda. Una noticia corta puede quedarse sin H2.**

# ¿La IA puede redactar el contenido para SEO?

Sí, a partir de tus fuentes y tu estructura. No debe añadir hechos para cubrir una keyword.

**1**

## Aporta las fuentes

Dossier, datos de Eurostat y normas del medio en el Proyecto.

**2**

## Aporta la estructura

Encabezados aprobados y keywords asignadas.

**3**

## Pide el borrador

Cada apartado responde a su encabezado con datos citados.

**4**

## Revisa como editor

Datos, citas, tono y keywords forzadas.

### >\_ PROMPT

Redacta la noticia siguiendo la estructura de encabezados aprobada. Usa solo los datos del dossier adjunto y cita la fuente de cada cifra. Incluye cada keyword donde encaje de forma natural; si una keyword obligara a añadir información que no está en las fuentes, déjala fuera y avísame. Aplica las normas del medio que tienes en el Proyecto. Al final, marca las frases que debo verificar.

### AL RECIBIR LA RESPUESTA

Compara cada cifra con el dossier. Si una frase suena a keyword metida a la fuerza, reescríbela.

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede proponer enlaces internos?

Sí, si le das la lista real de URLs del medio o acceso a rastreo. Sin ella, se inventa las direcciones.

**1****Exporta tus URLs**

Sitemap o CSV con URL, título y fecha.

**2****Adjunta la pieza**

La noticia aprobada.

**3****Pide enlaces y motivo**

Texto del enlace, párrafo y por qué ayuda al lector.

**4****Abre cada URL**

Que exista, esté vigente y trate lo que promete el enlace.

**>\_ PROMPT**

Adjunto la noticia y un CSV con las URLs publicadas del medio (URL, título y fecha). Propón entre tres y cinco enlaces internos. Para cada uno indica el texto del enlace, el párrafo donde va y por qué le sirve al lector. Usa solo URLs que figuren en el archivo, prioriza las más recientes sobre el mismo tema y evita textos genéricos como «aquí» o «más información». Añade también los enlaces salientes a las fuentes originales.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Abre cada URL antes de enlazarla. Descarta las que no traten exactamente lo que dice el enlace.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede escribir el texto alternativo?

Sí: lee la imagen o el gráfico y describe lo que muestra. Tú compruebas que los datos coinciden.

**1****Sube la imagen**

El gráfico o la foto que acompaña la pieza.

**2****Añade el contexto**

Fuente, año y qué dato importa para la noticia.

**3****Pide alt y pie**

Alt breve y descriptivo; pie visible con la fuente.

**4****Coteja las cifras**

Con la tabla original, no con la lectura de la IA.

**>\_ PROMPT**

Adjunto el gráfico que acompaña la noticia sobre emancipación. Escribe un texto alternativo breve (como pauta, menos de 125 caracteres) que describa qué muestra y su dato principal, y un pie de foto con la fuente y el año. No empieces con «imagen de» ni acumules keywords. Si no puedes leer algún valor con seguridad, indícalo en lugar de suponerlo.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Comprueba las cifras con la fuente original: la IA puede leer mal un gráfico complejo.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede generar los datos estructurados?

Sí: escribe el JSON-LD a partir de la pieza. El equipo web lo valida y lo integra.

**1****Reúne los datos**

Titular, autor, fechas, imagen y nombre del medio.

**2****Pide el marcado**

NewsArticle en JSON-LD, solo con lo que aparece en la página.

**3****Valida el código**

Prueba de resultados enriquecidos de Google o validador de Schema.org.

**4****Pásalo al equipo web**

Muchos CMS ya lo generan: evita duplicarlo.

**>\_ PROMPT**

Genera el marcado JSON-LD de tipo NewsArticle para la noticia adjunta. Usa solo datos que aparezcan en la página: titular, autor con la URL de su perfil, fecha de publicación y de modificación, imagen principal y nombre del medio. Si falta un dato, deja el campo fuera y avísame; no inventes URLs, fechas ni autores. Añade una lista de lo que el equipo web debe comprobar antes de publicarlo.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Pasa el código por la prueba de resultados enriquecidos y compáralo con lo que se ve en la página.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede analizar Search Console?

Sí, con el CSV exportado. Detecta patrones, pero no demuestra por qué cambió el tráfico.

**1****Exporta el informe**

Rendimiento de la URL:  
consultas, clics, impresiones,  
CTR y posición.

**2****Fija el periodo**

Indícalo en el prompt y compara  
periodos equivalentes.

**3****Pide oportunidades/errores**

Consultas con impresiones y  
pocos clics, o sin respuesta en  
el texto. Canibalizaciones.

**4****Decide y anota**

Elige los cambios y apunta la  
fecha para medir después.

**>\_ PROMPT**

Adjunto la exportación de Search Console de esta URL (últimos 28 días). Identifica las consultas con muchas impresiones y CTR bajo, y las que aparecen pero el texto no responde. Para cada una propón un cambio concreto en el título, la descripción o el contenido, sin alterar los hechos. Usa solo las cifras del archivo, no atribuyas causas a los cambios de tráfico y avísame cuando los datos no basten para sacar conclusiones.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Comprueba siempre que todo tiene sentido. Una acción SEO debe estar siempre respaldada por la lógica.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede detectar canibalización?

Sí: cruza consultas y URLs y señala las piezas del medio que compiten por lo mismo.

**1****Exporta las consultas**

De Search Console o Sistrix, con varias páginas.

**2****Pide los cruces**

Consultas en las que varias URLs reciben impresiones.

**3****Pide una propuesta**

Diferenciar el enfoque, enlazarlas o fusionarlas.

**4****Decide con el equipo**

Fusionar o redirigir es una decisión editorial y técnica.

**>\_ PROMPT**

Adjunto un CSV con consultas, URLs, clics e impresiones de la sección de Sociedad. Detecta las consultas para las que dos o más URLs del medio reciben impresiones. Para cada caso indica las URLs implicadas, sus datos y si parecen responder a la misma intención. Propón una de estas opciones: diferenciar el enfoque, enlazar entre ellas o fusionarlas. Si recomiendas una redirección, explica el riesgo.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Abre las piezas: dos URLs con la misma consulta no siempre compiten. Consulta al equipo web antes de redirigir.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede actualizar una pieza antigua?

Sí: compara el texto con los datos nuevos y propone los cambios.

**1****Aporta la pieza**

Texto completo y fecha de publicación.

**2****Añade datos nuevos**

La nueva edición de la fuente y las consultas actuales.

**3****Pide los cambios**

Qué dato cambia, en qué párrafo y qué sobra.

**4****Publica y avisa**

Nota de actualización y fecha modificada.

**>\_ PROMPT**

Adjunto la noticia publicada sobre la edad de emancipación y los nuevos datos de Eurostat. Compara ambos y dame una tabla con cada dato desactualizado, el valor nuevo, la fuente y el párrafo afectado. Propón los cambios de redacción mínimos y una nota de actualización para el lector. Mantén la URL y no reescribas los apartados que siguen siendo válidos.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

**Verifica cada dato nuevo en la fuente. Cambia la fecha de actualización solo si el contenido ha cambiado realmente.**

## 4 · SEO · LA IA EN SEO

# ¿La IA puede preparar la pieza para GEO?

Sí: revisa si cada párrafo se entiende solo y si los datos llevan fuente y fecha.

**1****Aporta la pieza**

La versión aprobada.

**2****Revisa los párrafos**

Párrafos que pierden sentido si se leen sueltos.

**3****Pide datos explícitos**

Sujeto explícito, dato, fuente y fecha.

**4****Mantén la voz**

Contexto sí; repetir datos en cada frase, no.

**>\_ PROMPT**

Revisa la noticia adjunta teniendo en cuenta que un buscador con IA puede citar solo un párrafo. Señala los párrafos que pierden sentido fuera de contexto y propón la corrección mínima: sujeto explícito y dato con su fuente y su fecha. Indica también, en una frase, qué pregunta responde cada apartado. No añadas datos nuevos ni cambies el tono.

**AL RECIBIR LA RESPUESTA**

Lee cada párrafo corregido por separado: debe entenderse sin el resto de la noticia.

# GEO: qué influye en aparecer en las respuestas de IA

Aún estamos en el proceso de saber qué funciona y qué no. Tenemos algunos datos confirmados, y otros por intuición.

## CONFIRMADOS

Lo dice la plataforma

- ✓ **Indexable y con fragmento**  
Requisito de Google. nosnippet o max-snippet limitan lo que muestra la IA.
- ✓ **Rastreadores permitidos**  
Googlebot, OAI-SearchBot (ChatGPT) y Claude-SearchBot. Revisa robots.txt y la CDN.
- ✓ **Ajuste en Search Console**  
Desde el 31/8/2026 puedes incluir o excluir el sitio. Incluido por defecto.
- ✓ **Ranking y calidad de Google**  
Las respuestas recuperan páginas con los sistemas de ranking de siempre.
- ✓ **Contenido no genérico**  
Punto de vista propio, experiencia y datos que no estén ya en todas partes.
- ✓ **Texto, imagen y video**  
Lo importante, en texto. Imágenes y vídeos de calidad también pueden aparecer.

## SEMICONFIRMADOS

Estudios y correlaciones

- ≈ **Posición orgánica**  
Citas desde el top 10: 76 % en 2025 y 38 % en marzo de 2026 (Ahrefs). Pesa, pero menos.
- ≈ **Menciones de marca**  
Más correlación con AI Overviews (0,66) que los enlaces (0,22). Ahrefs, 75.000 marcas.
- ≈ **Datos, citas y fuentes**  
Hasta +40 % de visibilidad (GEO, KDD 2024). Medido sobre todo en laboratorio.
- ≈ **Frescura**  
Los asistentes citan contenido más reciente que el que posiciona en orgánico (Ahrefs).
- ≈ **Cubrir subtemas**  
El fan-out está confirmado; que cubrir subtemas aumente las citas, todavía no.
- ≈ **Más allá de Google**  
ChatGPT apenas coincide con el top 10 de Google. Bing ya mide las citas de Copilot.

## DESCARTADOS DE MOMENTO

Sin efecto demostrado

- ✗ **llms.txt**  
Google Search lo ignora: ni ayuda ni perjudica. Puede servir a otros servicios.
- ✗ **Trocear en «chunks»**  
No hace falta partir el texto en piezas mínimas. No hay longitud ideal.
- ✗ **Escribir «para la IA»**  
Entiende sinónimos. El relleno de keywords no muestra ningún beneficio.
- ✗ **Schema especial para IA**  
No existe. Los datos estructurados sirven para resultados enriquecidos.
- ✗ **Menciones inauténticas**  
Forzar o comprar menciones: los filtros antispam también actúan en la IA.
- ✗ **Una página por variante semántica**  
Crear páginas para cada consulta hiperespecífica puede ser abuso de contenido a escala.

# 5

## Evaluación y cierre

Comprobaremos qué hemos ganado en tiempo, precisión y estilo, y cómo repetir el procedimiento con otro encargo.

# Evalúa el trabajo: tiempo, exactitud y estilo

Compara el borrador y el texto final. La velocidad solo sirve si el resultado mantiene la calidad.

## Tiempo total

Cuenta preparar, generar, comprobar y corregir.

## Exactitud

Comprueba que la noticia conserva los datos y su significado.

## Voz propia

Señala dos reglas que se aplican y una corrección que has decidido tú.

## Resultado útil

Una noticia lista para utilizar y un estilo que puedes volver a aplicar.

Una respuesta rápida puede dar trabajo después. Evalúa el proceso completo.

# Qué te llevas y cómo repetirlo

Has construido un proyecto, lo has configurado con normas y muestras, y has escrito y corregido una noticia dentro de él.

**Tu noticia**

**Tu estilo**

**Un método**

**Tu proyecto**

Copia la versión que has aprobado.

Las reglas quedan en las instrucciones del proyecto.

Pide, comprueba y corrige una tarea cada vez.

Reutiliza la configuración en nuevas tareas.

# 6

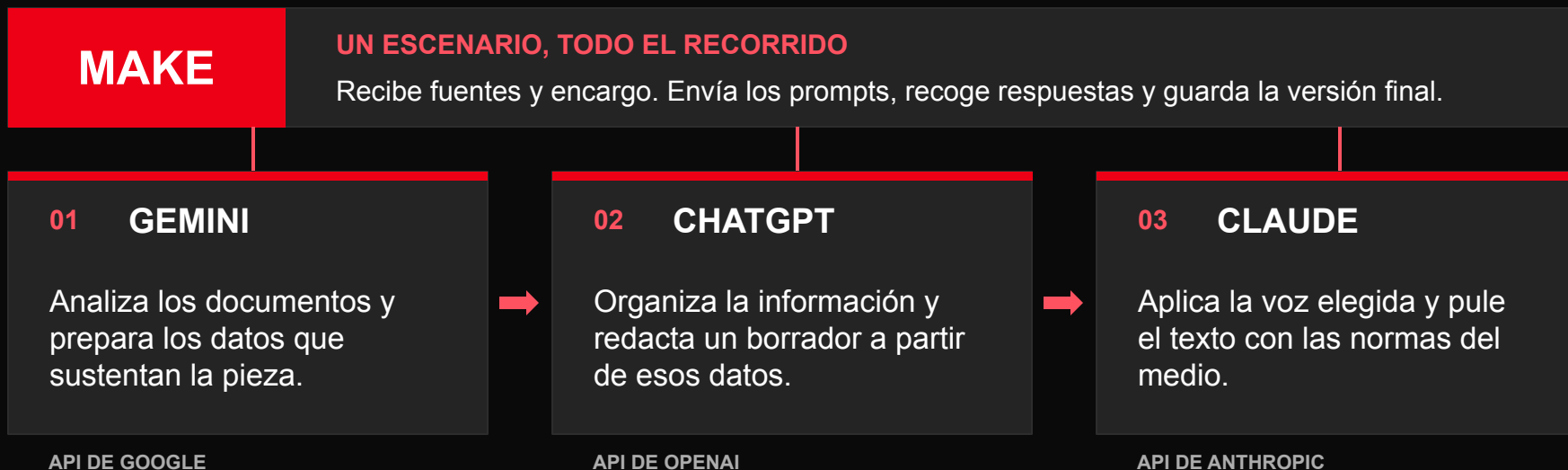
## IA Avanzada para contenidos

Automatizaciones, integraciones, conectores, protocolos de conexión de modelos (MCP)

EXTRA

# Automatizaciones

Asignas cada fase al modelo que mejor responde en tus pruebas. Make ejecuta las llamadas y pasa el resultado de una IA a la siguiente.



Combinar capacidades y repetir el flujo sin copiar y pegar entre aplicaciones.



← launchAutoAnalysisDirect 🔗

Open in Grid

Share

Help



Build with Maia Beta



Org



Grid



Scenarios



AI Agents



Credentials



Webhooks



MCP  
Toolboxes



Templates



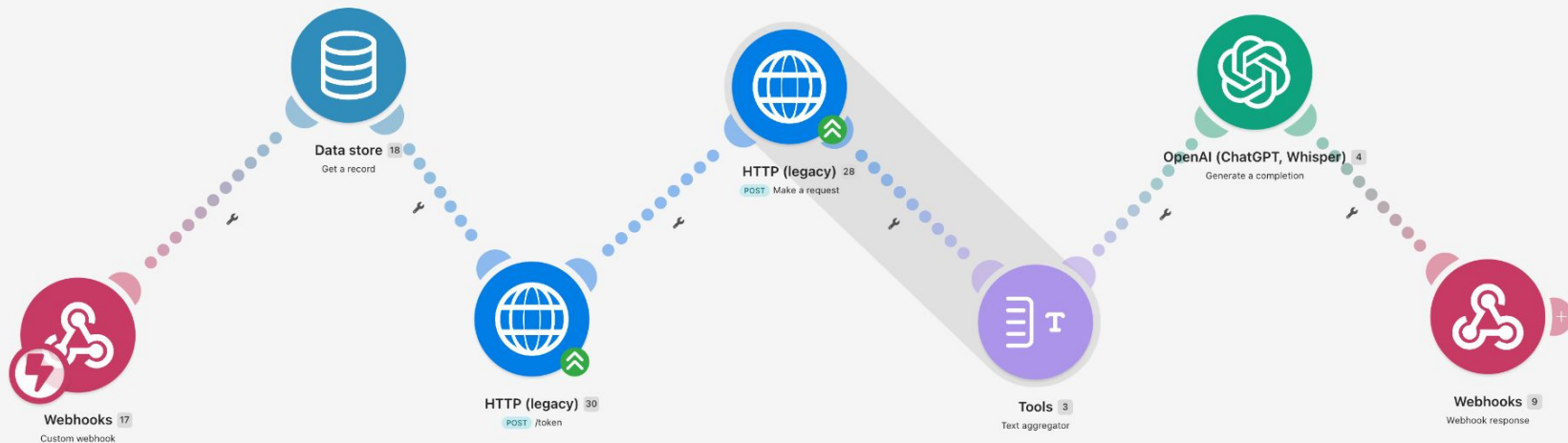
Data  
stores



Devices



More



Run once



Immediately as data arrives



EXTRA

# Integraciones mediante API

Tu web, aplicación o automatización envía instrucciones y datos al modelo. La respuesta vuelve al sistema para guardarla y usarla.

## TU HERRAMIENTA

### Prepara el encargo

Tema o producto  
Datos y fuentes  
Voz y formato solicitado



## LLAMADA A LA API

### API del modelo

OpenAI · Anthropic · Google

Envía el encargo.  
Recibe la respuesta.



## RESULTADO UTILIZABLE

### Recibe cada campo

Titular, resumen y cuerpo  
HTML o JSON  
Campos listos para integrar

## ESCALA

El programa repite las llamadas para procesar muchos encargos con las mismas reglas.

### EJEMPLO: GOOGLE SHEETS + GPT FOR SHEETS AND DOCS

Cada fila aporta los datos. La extensión llama a la API de la IA y devuelve el texto en otra columna.

 **GENERADOR DE CONTENIDOS GOOGLE SHEETS (ÚLTIMA VERSIÓN)** ☆    
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

🔍 Menús     100% ▾ | € % .0 0.00 123 | Arial ▾ | - 10 + | B I  A            

1:1000   ID

|   | A  | B       | C       | D      | E       | F        |
|---|----|---------|---------|--------|---------|----------|
| 1 | ID | PROMPTS | Keyword | Título | Bullets | Párrafos |
| 2 | 1  |         |         |        |         |          |

**DocGPT - AI Writer for Sheets™** 

**Trial Account**  ernestogustamante@gmail.com

0 credits

You are using the Free Trial. **Upgrade to Premium for Unlimited Requests or Get Free Credits.** After subscription, click on Extensions > Add-On > Refresh Account.

 [Go Premium](#)

 **Primary**   **NEW** Chat

 **Try your first AI formula!**

Copy this formula, paste in any cell, and press Enter:

=GPT("Write a tagline for a coffee shop") 

 **Replace All**

 **Selected**

 Templates  Support  Help

 Try also - Mail Merge for Gmail & Sheets with open/click tracking

 Tip: Disable other GPT add-ons to avoid conflicts

Search functions...

EXTRA

# Conectores

Uso de conectores para conectar los modelos de lenguaje a cualquier soporte o plataforma. Ejemplo: Claude puede consultar una fuente en Drive y dejar la noticia preparada en WordPress.com, si ambas cuentas están conectadas.

---

## 01 DRIVE

### Localiza el informe

Lee los datos y devuelve los pasajes donde aparece cada cifra.

---

## 02 PROYECTO

### Redacta con criterio

Usa las reglas del medio y marca lo que todavía necesita comprobación.

---

## 03 WORDPRESS.COM

### Crea un borrador

Entrega la pieza en el gestor de contenidos para que el editor la abra.

EL PERIODISTA ABRE LA FUENTE, CORRIGE EL BORRADOR Y DECIDE SI PUBLICA

# Personalización

Skills

Conectores

Plugins

Tuyos

Descubrir

🔍 Buscar conectores

🔗 + Añadir ▼

| Conector                                                                                                | Tipo                           | Estado              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------|
|  Asana                 | Web                            | ✓                   |
|  Claude Docs           | Web <span>Personalizado</span> | ✓                   |
|  Gmail                 | Web                            | ✓                   |
|  Google Calendar       | Web                            | ✓                   |
|  Google Drive          | Web                            | ✓                   |
|  Integración de GitHub | Web                            | <div>Conectar</div> |
|  Sistrix               | Web <span>Personalizado</span> | <div>Conectar</div> |

## Crea para el directorio de Claude

Publica tu conector o plugin y llega a todas las personas que usan Claude.

Documentación para desarrolladores ↗

Enviar al directorio

EXTRA

# MCP

Con un MCP (Model Context Protocol), Claude o cualquier IA pueden encadenar la investigación, la creación y las acciones de publicación con todo conectado.

## CONSULTA TUS FUENTES

### CORREO Y DRIVE

Lee encargos e informes.

### ANALYTICS Y SISTRIX

Consulta tráfico y búsquedas.

### WEBS Y OTRAS IA

Usa herramientas conectadas.

## COORDINA EL TRABAJO

### CLAUDE + MCP

Elige las herramientas.  
Ejecuta las acciones.  
Recoge los resultados.  
Continúa el proceso.

## ACTÚA EN TUS PLATAFORMAS

### CREA Y EDITA

Redacta, revisa y prepara formatos.

### ACTUALIZA Y PUBLICA

Edita el CMS según sus permisos.

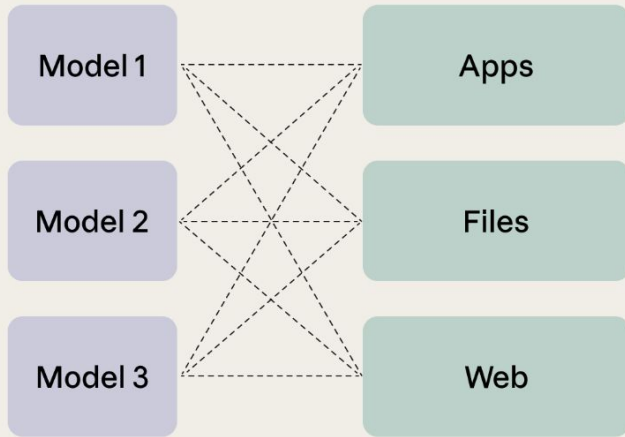
### MIDE Y PROPONE CAMBIOS

Consulta resultados y sugiere ajustes.

Un solo encargo puede activar el flujo completo, con las reglas y accesos configurados.

# Traditional Integration vs. MCP Approach

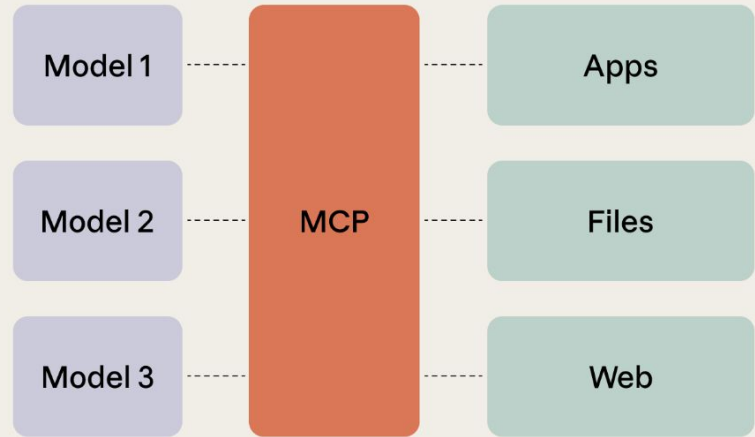
Traditional: NxM Connections



**9 total connections**

Each model needs custom integration with each data source

MCP: N+M Connections



**6 total connections**

Model and data sources only need to integrate once with MCP

# 7

## Fuentes y referencias

Documentos del caso, protocolos de medios y documentación para consultar y repetir el trabajo.

# Documentos del caso: emancipación en España

Estos son los documentos originales de los datos que hemos extraído, contrastado y utilizado al redactar.

## [Eurostat · publicación 15/09/2026](#)

Datos de 2025. Edad estimada: España 30,2 y UE 26,3 años.

## [Banco de España · Informe Anual 2023](#)

Capítulo 4, apartado 5.1. Páginas impresas 261–263, páginas 32–34 del PDF.

## [INE · Spain in figures 2024](#)

Página impresa 22, página 24 del PDF. Convivencia con los padres en 2022.

Haz clic en el título de cada referencia para abrir el documento o la página original.

# Fuentes de los casos de mala praxis

Las capturas y los hechos de la apertura se apoyan en estas publicaciones.

## [Dawn · aclaración del medio](#)

La respuesta del asistente que llegó a la edición impresa. Noviembre de 2025.

## [The Irish Times - A message from the Editor](#)

La disculpa que publicó el editor del medio

## [Chicago Sun-Times · revisión del suplemento](#)

Explicación del medio sobre la lista de libros inexistentes. 29 de mayo de 2025.

## [Ars Technica - Nota del Editor](#)

La disculpa que publicó el editor del medio

## [Gannett · información de TheWrap](#)

Cobertura de la suspensión de las crónicas de LedeAI. Agosto de 2023.

## [Deutscher Presserat · informe anual 2023](#)

Caso Die Aktuelle / Schumacher. Página impresa 6, página 9 del PDF.

Haz clic en el título de cada referencia para abrir el documento o la página original.

# Protocolos de uso de IA en medios

Cada medio establece sus propias condiciones. Consulta la versión vigente y las normas de tu redacción.

## Associated Press

Actualización de normas de redacción, 23/07/2026.

## Reuters

Standards and Values. Apartado de IA y verificación.

## EL PAÍS

Directrices sobre herramientas de inteligencia artificial.

## Agencia EFE

Presentación oficial de su guía editorial de IA, 28/07/2026.

Nuevo libro del estilo urgente (2024)

Haz clic en el título de cada referencia para abrir el documento o la página original.

# Documentación de Google para SEO y GEO

Estas referencias complementan los ejemplos de títulos, descripciones y presencia en respuestas de IA.

## Títulos en los resultados de búsqueda

Cómo se generan los enlaces de título y qué prácticas recomienda Google.

## Fragmentos y descripciones

Cómo se seleccionan los fragmentos que pueden acompañar a un resultado.

## Funciones de IA y tu sitio web

Requisitos y recomendaciones para las funciones generativas de Google.

Haz clic en el título de cada referencia para abrir el documento o la página original.

# URJC y configuración de los asistentes

Las funciones y los permisos pueden cambiar. Comprueba las opciones de tu cuenta antes de configurar un asistente.

## [URJC · PowerU](#)

Recomendaciones de uso y documentación institucional.

## [Claude · crear y gestionar proyectos](#)

Documentación del proyecto utilizado en la demostración.

## [ChatGPT · crear y editar GPTs](#)

Configuración, requisitos de acceso y opciones disponibles.

## [ChatGPT · funcionamiento de los GPTs](#)

Comportamiento y límites de las conversaciones con un GPT.

Haz clic en el título de cada referencia para abrir el documento o la página original.

# Lecturas y materiales de apoyo

Referencias utilizadas para preparar y adaptar los contenidos de redacción, SEO y GEO.

## Visibilidad web y periodismo: consejos y buenas prácticas SEO

C. Lopezosa, R. Alcaraz-Martínez, M. Vállez y M. Pérez-Montoro (2025). En Comunicación digital. Tendencias y buenas prácticas, pp. 7–15.

## Guía GEO · contenidos periodísticos en la era de la IA

Fundación Luca de Tena / Laboratorio de Periodismo. PDF facilitado para el taller. Pautas editoriales, consideraciones técnicas y seguimiento.

## Inteligencia Artificial para Redacción y Copywriting

Ernesto García Bustamante · Aula CM. Material docente: revisión de estilo, problemas de escritura y recursos de copywriting.

Los ejemplos de redacción están preparados para enseñar el procedimiento. No son noticias publicadas ni políticas oficiales de estos autores.

# GRACIAS

Ernesto García Bustamante  
**@ernestogbusta**