



Diputació  
Barcelona

---

# Conceptes teòrics sobre intel·ligència artificial aplicada a la comunicació municipal

Recull teòric de les ponències de la  
II Jornada de Comunicació Municipal  
Octubre de 2024

---

# **Conceptes teòrics sobre intel·ligència artificial aplicada a la comunicació municipal**

Recull teòric de les ponències de la  
II Jornada de Comunicació Municipal  
Octubre de 2024

L'ús de la intel·ligència artificial (IA) en la tasca comunicativa dels ens locals, pot aportar, com en d'altres sectors de la comunicació, múltiples beneficis i contribuirà a millorar l'eficiència i l'eficàcia de la feina que desenvolupen els i les professionals de la comunicació municipal.

Per tal que això sigui possible, però, és necessari conèixer bé les diferents eines existents i els potencials impactes positius i negatius de la seva utilització, de la mateixa manera que cal tenir molt en compte la vessant ètica, la privacitat i la transparència de la IA en relació amb el servei públic que s'ofereix des dels ens locals a la ciutadania.

Aquest document explora un conjunt d'eines, pràctiques i estratègies per conèixer millor la IA i reflexiona sobre com fer-ne un bon ús en la comunicació municipal.

#### **Autoria**

Pere Vila  
Enrique San Juan  
Andrés Navarro  
Cristina Aced  
Laura Masobé  
Sara Aguilar

#### **Direcció tècnica**

Col·legi de Periodistes de Catalunya  
Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya

#### **Coordinació**

Servei de Premsa, Publicitat i Xarxes Socials de la Diputació de Barcelona

Octubre de 2024

© de l'edició: Diputació de Barcelona

Producció i edició: Subdirecció d'Imatge Corporativa i Promoció Institucional de la Diputació de Barcelona

DL: B 19079-2024

# Índex

<b>1. La intel·ligència artificial com a aliada del comunicador municipal . . . . .</b>	<b>5</b>
Pere Vila	
<b>2. Tècniques per crear textos, imatges i vídeos amb IA per al departament de comunicació dels ens locals . . . . .</b>	<b>7</b>
Enrique San Juan	
<b>3. Aplicació de la intel·ligència artificial en la gestió d'esdeveniments . . . .</b>	<b>11</b>
Andrés Navarro	
<b>4. Eines d'IA aplicades a la comunicació corporativa municipal per generar un pla de continguts per a xarxes socials . . . . .</b>	<b>15</b>
Cristina Aced	
<b>5. L'impacte de les eines d'intel·ligència artificial en la creativitat publicitària . . . . .</b>	<b>18</b>
Laura Masobé	
<b>6. Cas d'èxit: la integració de la IA en l'automatització de tasques dins del Programa de Governança de Dades . . . . .</b>	<b>21</b>
Sara Aguilar	

# 1. La intel·ligència artificial com a aliada del comunicador municipal

## 1.1. Evolució en el nostre lloc de treball i eines utilitzades

L'evolució tecnològica ha transformat profundament la forma en què treballem, especialment amb la integració progressiva d'eines digitals. Si mirem cap a enrere, la introducció dels ordinadors personals va ser un punt d'inflexió en la manera de gestionar les tasques diàries. Amb l'arribada d'eines com el correu electrònic, els fulls de càlcul (com Excel) i els navegadors web, la nostra capacitat per processar i gestionar informació va millorar dràsticament. En aquest context, la intel·ligència artificial (IA) representa la etapa següent en aquesta evolució.

## 1.2. Un fenomen no tan nou

La creativitat sovint és la clau per fer aquests missatges impactants, rellevants i memorables, i és imprescindible per construir missatges suggestius. Cal tenir en compte que en la formació de missatges creatius, la imatge i el missatge —i cada cop més el so, ja indispensable en la majoria de canals digitals— formen una unitat de comunicació, de tal manera que la imatge no pot estar dissociada de la resta d'elements que conformen la peça publicitària.

## 1.3. Exemples de l'ús de la IA a RTVE

En el context de RTVE, la IA ha esdevingut una eina clau per a l'anàlisi i la gestió de continguts audiovisuals. Un exemple és l'ús de tecnologies per al reconeixement facial i d'identitat en projectes d'arxiu audiovisual. A més, s'utilitza per al reconeixement d'objectes, de paraules clau i d'escenes dins de continguts de vídeo. La transcripció automàtica d'àudio a text, juntament amb la segmentació per parlants i l'ús de subtítols automàtics, ha optimitzat la producció de continguts. Projectes com DORA i la creació de resums automàtics per a periodistes també demostren el potencial de la IA en l'organització i en la verificació d'informació. Aquestes aplicacions a RTVE il·lustren com la IA pot gestionar grans volums de dades de manera més eficient, millorant tant l'accessibilitat com la precisió. Enfocament important: entendre la IA com a potenciador/facilitador del treball, per oferir noves possibilitats i fer noves feines, no com a substitució.

## 1.4. Aplicacions per a la comunicació local

En l'àmbit de la comunicació local, la IA ofereix múltiples possibilitats. Pot donar suport en la redacció i en la publicació de notícies o butlletins informatius, utilitzant dades estructurades, com estadístiques o esdeveniments locals. A més, les eines d'IA poden automatitzar la publicació a les xarxes socials i garantir que el contingut arribi al públic objectiu en el moment adequat. Un altre exemple és l'ús de bots de conversa (*chatbots*) per a atenció ciutadana, els quals poden respondre consultes comunes sobre serveis municipals i ajudar en la gestió de tràmits, reduint així la càrrega de treball del personal administratiu. La IA també pot analitzar dades d'enquestes o de les xarxes socials, identificant tendències i facilitant la presa de decisions més informades per part dels governs locals.

## 1.5. Recomanacions per a la introducció de la IA en la comunicació local

Per implementar la IA en la comunicació local de manera efectiva, es recomana començar amb projectes pilot que permetin a les institucions provar-ne l'eficàcia i adaptar-la a les seves necessitats específiques. És fonamental oferir formació als empleats municipals perquè comprenguin i dominin les noves eines. A més, s'han d'establir protocols i normatives clares per garantir el compliment de les lleis aplicables, com el Reglament de Protecció de Dades (GDPR) i el Reglament de la IA de la Unió Europea. La col·laboració entre municipis també pot ser una estratègia útil per compartir coneixements i aplicacions, optimitzant així l'ús de recursos limitats.

## 1.6. Conclusió

La intel·ligència artificial presenta un enorme potencial per millorar la qualitat i l'eficiència de la comunicació als municipis. Des de l'automatització de tasques rutinàries fins a la personalització de la informació que es lliura a la ciutadania, la IA pot optimitzar els recursos i millorar l'experiència tant dels governs locals com dels seus habitants. Tanmateix, la seva implementació ha de ser acurada, assegurant un balanç entre la innovació tecnològica i el compliment de les normatives legals, i sempre amb la formació i la preparació adequades del personal.

## 2. Tècniques per crear textos, imatges i vídeos amb IA per al departament de comunicació dels ens locals

### 2.1. Introducció

La intel·ligència artificial productiva –aquella que ajuda a completar tasques quotidianes de creació de continguts en una fracció de temps, de manera més senzilla o creativa– està transformant el treball dels departaments de comunicació en empreses, organismes i institucions a gran velocitat.

La raó és molt simple: el seu ús permet produir més quantitat d'elements de comunicació en una fracció de temps, amb menys recursos, i disposar d'un catàleg més ampli de propostes i formats que ajudin a captar l'atenció de les seves audiències.

### 2.2. La manera moderna de treballar

Disposar d'aplicacions d'IA que ens ajudin en el nostre dia a dia, és com comptar amb un exoesquelet que ens afegeix força i habilitat a l'hora de realitzar notes de premsa, resumir articles o redactar discursos que transmetin els missatges institucionals amb precisió calibrada, entre d'altres accions.

Microsoft, la multinacional tecnològica de serveis d'informació, acaba de posar-li nom a aquesta nova manera de treballar: *modern work* o treball modern. És a dir, si s'utilitza IA, es fa la feina de manera moderna. Això implica, al seu torn, que si no s'utilitza la IA es treballa de manera antiga.

Posant el focus en la manera moderna de treballar amb IA, cal explorar les tècniques diverses que poden ser utilitzades per maximitzar l'ús de la IA en la comunicació local.

## 2.3. Creació de textos amb IA

La redacció automàtica amb aplicacions d'IA permet generar contingut escrit amb alta precisió i personalització. En aquest terreny, ChatGPT d'OpenAI és l'aplicació líder. Ser la primera li ha conferit avantatge, nom i quota de mercat davant dels seus competidors: Gemini de Google, Copilot de Microsoft i Perplexity d'Anthropic.

Per crear textos útils amb aquestes aplicacions, n'hi ha prou amb donar-los instruccions en llenguatge natural, i, en segons, podem obtenir resultats. Un article escrit per un redactor que domini un tema pot tardar una hora o més en la seva confecció. Generar el mateix article amb l'ús d'aquestes aplicacions pot trigar només entre 5 i 7 segons de mitjana, depenent de l'experiència directa que s'hagi desenvolupat amb aquests sistemes. Si bé la qualitat del resultat no és totalment equiparable a la humana, fins i tot considerant un temps extra de revisió i edició, resulta ser només una fracció de temps d'aquesta hora original.

El reptes per als professionals de la comunicació institucional, de cara als generadors de text amb IA, consisteix a descobrir-ne l'existència, saber com operar eficientment amb cadascun d'ells i conèixer les seves particularitats a l'hora d'utilitzar un o un altre, segons quina sigui la necessitat de creació de textos en cada moment.

## 2.4. Creació d'imatges amb IA

La creació d'imatges amb IA obre un camp ple de possibilitats a l'hora d'aplicar l'element visual en les peces de comunicació. Treballar amb il·lustracions, fotografies, logotips i símbols ha estat sempre part de la feina dels departaments de comunicació. De manera tradicional, les fonts d'aquestes creativitats eren els recursos propis, les fotos d'agència o bé la contractació de professionals per a l'elaboració dels originals en cada cas.

Avui, a través d'una instrucció de text podem obtenir una imatge o una sèrie d'imatges d'un tema específic només en segons. Tant si es tracta d'una imatge fotorealista, d'una il·lustració o de models conceptuals, les IA que generen imatges poden fer-ho.

En la majoria dels casos, els resultats són prou bons per ser utilitzats en les peces d'informació. En d'altres, no. Les IA que generen imatges són espectaculars, però encara tenen defectes en àrees concretes, com la fidelitat d'algunes parts del cos (dits, dents, cares), l'elaboració de textos superposats a la imatge o la generació de logotips.

En aquest camp, les aplicacions estrella són ChatGPT i Copilot (en la seva funció de generació d'imatges, a més de text), Adobe Firefly, Freepik, Leonardo i, destacant àmpliament sobre totes les altres pel seu alt nivell de qualitat, Midjourney.



## 2.5. Creació de vídeos amb IA

El vídeo és un mitjà poderós i la IA pot simplificar i millorar significativament el procés de creació de vídeos. Plataformes com Runway, amb més de 30 aplicacions especialment dissenyades per a la creació d'elements audiovisuals, és una de les més destacades i avançades en la generació de vídeos amb IA.

D'altra banda, HeyGen sobresurt per la qualitat en la generació d'avatars i –especialment– en la generació de traduccions en vídeo, aconseguint una sincronització labial i una clonació de veu de molt alta qualitat.

En el segment del tractament del vídeo hi ha un gran nombre d'eines o parts de funcionalitats d'IA en eines ja existents, com la funció de subtitulació per IA en l'editor Davinci Resolve de Blackmagic, l'edició assistida per IA de CapCut de Byte Dance o l'edició per a transcripció incorporada per Adobe Premiere.

La varietat de solucions que en el seu conjunt són capaces d'estalviar tones de treball als editors de vídeo, anima els responsables dels departaments de comunicació a explorar amb detall cadascuna d'aquestes solucions per trobar la funcionalitat que els estalviarà temps en la producció del format més desitjat.

## 2.6. Implementació i ètica

Per implementar aquestes tècniques amb èxit, és essencial que els membres del departament de comunicació rebin la formació i la capacitat adequades. Això inclou comprendre les capacitats i les limitacions de les eines d'IA, així com saber com utilitzar-les de manera efectiva.

És important tenir en compte les implicacions ètiques de l'ús de la IA, així com la normativa que s'aplica des de l'1 d'agost de 2024 en matèria d'ús, responsabilitat i transparència en IA en l'àmbit de la UE.

Això inclou assegurar-se que el contingut generat sigui precís i no enganyós, respectar la privadesa de les persones i evitar l'ús de tècniques que puguin ser considerades invasives o manipuladores.

## 2.7. Reptes i beneficis

L'ús de la IA en la creació de textos, imatges i vídeos ofereix nombrosos beneficis per a tot tipus d'organitzacions, entre les quals les administracions públiques. Amb les tècniques i les eines actuals és possible millorar significativament la qualitat i l'eficiència del contingut creat, i també motivar els equips humans que se n'ocupen.

No obstant això, és fonamental que els responsables i els professionals de l'àmbit de la comunicació local estiguin ben formats, i que sempre es tinguin en compte les implicacions ètiques i legals per tal de garantir un ús responsable de la intel·ligència artificial dins dels departaments de comunicació dels ens locals.

## 3. Aplicació de la intel·ligència artificial en la gestió d'esdeveniments

### 3.1. Introducció

La intel·ligència artificial ha emergit com un motor clau en la transformació de la gestió d'esdeveniments, especialment en el context del màrqueting digital i la personalització. Tot i que tradicionalment la planificació d'esdeveniments ha estat una disciplina intensiva en recursos humans, la IA ofereix noves oportunitats per optimitzar processos, millorar l'experiència de l'usuari i agilitzar la presa de decisions de manera més precisa. En aquest document s'explora com es poden aplicar les solucions d'IA en diferents etapes de l'organització d'esdeveniments.

L'objectiu és proporcionar una visió pràctica de la implementació de la IA en la gestió d'esdeveniments, abordant tant conceptes teòrics com exemples concrets d'eines actualment disponibles en el mercat.

### 3.2. Conceptes teòrics

La intel·ligència artificial aplicada a l'organització d'esdeveniments es basa en diverses tecnologies avançades, entre les quals:

- *Machine Learning* (aprenentatge automàtic): algoritmes que permeten a les màquines aprendre i millorar de manera autònoma a partir de dades històriques. Això és essencial per a la personalització d'experiències i per a l'optimització de processos.
- NLP (processament del llenguatge natural): tecnologia que permet a les màquines interpretar i respondre a interaccions en llenguatge humà, facilitant l'automatització en serveis d'atenció al client i d'assistència durant els esdeveniments.
- Anàlisi predictiva: ús de dades històriques i de models estadístics per predir comportaments futurs, com ara la participació dels assistents o l'èxit de les activitats dins d'un esdeveniment.

### 3.3. Eines basades en IA per a la gestió d'esdeveniments

En aquesta secció es descriuen algunes eines específiques que utilitzen IA per millorar/optimitzar diversos aspectes de la gestió d'esdeveniments:

#### **Grip - Creació de xarxes de contactes**

- *Problema que resol:* utilitza algoritmes de *machine learning* per facilitar la creació de xarxes de contactes durant els esdeveniments. Analitza els perfils dels assistents i suggereix connexions basades en interessos i objectius comuns.
- *Cas d'ús:* durant un esdeveniment, Grip permet als assistents identificar sessions o descobrir contactes rellevants, fet que millora la qualitat del *networking*.

#### **Sparq AI - Automatització de registre i gestió d'entrades**

- *Problema que resol:* automatitza el procés de registre, elimina la necessitat de cues llargues i millora l'eficiència en l'entrada d'esdeveniments massius.
- *Cas d'ús:* aquesta intel·ligència artificial identifica els assistents mitjançant reconeixement facial o escaneig d'entrades, optimitzant els temps d'espera i personalitzant l'experiència de benvinguda.

#### **Zkipster - Gestió de convidats i seating plan**

- *Problema que resol:* automatitza la planificació de seients i permet l'actualització en temps real de la disposició dels convidats segons necessitats canviants (per exemple, preferències per VIP o per grups amb afinitats).
- *Cas d'ús:* els organitzadors poden ajustar els plànols dels seients dinàmicament en funció de les preferències detectades, i així optimitzar l'experiència dels assistents.

#### **Scripted - Creació de continguts escrits**

- *Problema que resol:* utilitza IA per automatitzar la creació de continguts escrits, com ara guions per a presentadors en esdeveniments. Aquesta eina permet generar textos de manera eficient i amb personalització per a una audiència específica.
- *Cas d'ús:* els organitzadors poden generar guions personalitzats segons les característiques i els interessos del públic assistent a l'esdeveniment, reduint temps i esforços en la preparació de materials.

### **AI Writer - Redacció de continguts**

- *Problema que resol:* automatitza la redacció de continguts, generant textos per a esdeveniments de manera precisa i en poc temps. Aquesta eina fa ús de la IA per millorar la qualitat del contingut segons les necessitats de cada projecte.
- *Cas d'ús:* els organitzadors d'esdeveniments poden utilitzar AI Writer per redactar articles, guions o materials promocionals, optimitzant el procés de creació i assegurant-se una qualitat consistent en els missatges.

### **Descript - Edició d'àudio i vídeo**

- *Problema que resol:* és una eina d'edició d'àudio i vídeo assistida per IA, dissenyada per facilitar l'edició de contingut multimèdia de manera ràpida i intuïtiva, que permet la generació de contingut de qualitat amb menys esforç tècnic.
- *Cas d'ús:* els organitzadors d'esdeveniments poden utilitzar Descript per editar ràpidament enregistraments de conferències o presentacions, i afegir subtítols automàtics, corregir errors i personalitzar el contingut per a la distribució posterior.

### **Asana amb IA - Gestió**

- *Problema que resol:* permet gestionar la programació i les tasques d'un equip de manera automàtica, ajustant els cronogrames d'un esdeveniment en temps real segons les necessitats que es presenten.
- *Cas d'ús:* Asana pot ser utilitzat per crear i gestionar la programació d'un esdeveniment, i generar recordatoris automàtics, ajustar tasques segons les noves prioritats i oferir una visió clara de l'estat de l'esdeveniment a tots els membres de l'equip.

### **Sched - Creació d'agendes**

- *Problema que resol:* facilita la creació d'agendes personalitzades per a esdeveniments i permet als assistents adaptar l'experiència segons les seves preferències. Aquesta eina utilitza IA per optimitzar la gestió de la programació.
- *Cas d'ús:* els assistents a un esdeveniment poden utilitzar Sched per seleccionar les sessions més rellevants per a ells segons els seus interessos i rebre recomanacions automàtiques de sessions similars o de contactes d'interès.

### **AllSeated - Planificació logística**

- *Problema que resol:* utilitza IA per optimitzar la planificació logística d'un esdeveniment, incloent la disposició dels espais i el càtering, basant-se en les necessitats dels assistents, com ara les preferències alimentàries i d'altres requeriments.

- *Cas d'ús*: els organitzadors poden utilitzar AllSeated per gestionar la disposició de convidats i espais, assegurant una distribució eficient i personalitzada, així com per optimitzar les comandes de càtering segons les preferències alimentàries prèviament registrades.

### **Boomset - Optimització de la logística del càtering**

- *Problema que resol*: utilitza anàlisi predictiva per optimitzar la planificació del càtering, reduint el malbaratament a l'ajustar les comandes segons les preferències alimentàries dels assistents.
- *Cas d'ús*: la IA pot identificar preferències alimentàries i intoleràncies, i ajustar les ofertes de menjar en temps real per garantir la satisfacció del client i minimitzar el malbaratament.

## **3.4. Conclusió**

La IA ofereix nombroses oportunitats per millorar la gestió d'esdeveniments, des de la personalització de l'experiència de l'assistent fins a l'optimització logística. Les eines i les solucions descrites són només alguns exemples de com la intel·ligència artificial pot transformar l'organització d'esdeveniments, facilitant processos més eficients i aconseguint una major satisfacció dels assistents.

## **4. Eines d'IA aplicades a la comunicació corporativa municipal per generar un pla de continguts per a xarxes socials**

### **4.1. Introducció**

La intel·ligència artificial és una gran aliada a l'hora de dissenyar un pla de continguts per a xarxes socials que ens permet estalviar temps i guanyar en eficiència. Si li donem les instruccions adequades, la IA generativa pot ser útil en totes les fases del pla de continguts, des de la ideació fins a l'execució. A continuació s'exposen els passos a seguir per crear un pla de continguts, s'explica com ens pot ajudar la IA en cadascuna de les etapes i es recomanen algunes eines.

### **4.2. Definir els objectius**

Què volem aconseguir amb el pla de continguts? Els objectius han de ser SMART (per les sigles en anglès), és a dir, específics, mesurables, assolibles, rellevants i han d'estar definits en el temps, per després poder avaluar els resultats obtinguts. La IA pot ajudar a definir objectius SMART, en especial si li donem dades històriques perquè conegui el punt de partida. ChatGPT, Copilot i Perplexity són útils en aquesta etapa.

### **4.3. Identificar els públics i els missatges**

Amb qui volem comunicar-nos i què li volem dir? Conèixer el públic objectiu ens permet adaptar els continguts als seus interessos i necessitats.

ChatGPT, Copilot i Perplexity ens ajuden a identificar els públics i a conèixer millor els seus gustos i interessos. Per exemple, els podem demanar que busquin informació sobre aquests perfils i els seus patrons d'ús de xarxes socials, i que amb aquesta informació ens ajudin a adaptar els nostres missatges per aconseguir un impacte més gran.

#### 4.4. Triar els canals

En quines xarxes trobarem aquests públics i podrem difondre els missatges? De tots els perfils que tenim a les xarxes socials, hem de triar aquells canals amb els quals considerem que podem arribar als nostres públics i que seran més efectius per com-partir els nostres continguts.

ChatGPT i Copilot ens ajuden a fer aquesta selecció i també a redactar els missatges.

#### 4.5. Definir el calendari i els temes

Quan i quant publicarem en cadascun dels canals? Un cop triats els canals, cal definir la freqüència de publicació, els temes que es tractaran i en quins formats. És recomanable identificar dates clau, com dies internacionals o celebracions que ens permetran ampliar l'abast de les publicacions.

Podem fer una pluja d'idees amb ChatGPT, Copilot i Perplexity.

Lately és útil per crear calendaris de contingut.

Metricool i Buffer ajuden a identificar les millors hores per publicar a cada xarxa, segons l'activitat prèvia.

#### 4.6. Generar el contingut

Què publicarem a cada xarxa? Arriba el moment de redactar els posts i crear el material multimèdia.

ChatGPT, Perplexity i Copy.ai redacten textos amb la teva veu de marca, després d'ana-litzar el to i l'estil de publicacions anteriors, i els adapten a les característiques de cada xarxa social, afegint etiquetes i crides a l'acció.

Fliki genera vídeos breus a partir de text i permet afegir música i veu en *off*.

Dall-e i Midjourney generen imatges a partir de text, molt útils per acompanyar els posts de text.

Canva ofereix diverses funcions amb IA com redactar textos, generar vídeos amb avatars o crear imatges.

#### 4.7. Publicar el contingut

Les eines per publicar i programar el contingut a les xarxes no són noves, però la IA els ha permès afegir noves funcionalitats, com identificar les millors hores per publicar o fins i tot activar la publicació intel·ligent del contingut en els moments en què l'audiència és més activa a cada xarxa.



Lately, Metricool i Buffer permeten programar el contingut.

Amb Canva podem generar el contingut i programar la publicació des d'una única plataforma.

## 4.8. Mesurar i avaluar els resultats

Com sabrem si el pla de continguts està obtenint bons resultats? Cal definir indicadors que permetin mesurar els resultats, avaluar-los i extreure conclusions per millorar l'efectivitat del pla de continguts. Els indicadors dependran dels objectius i dels canals.

ChatGPT i Copilot són útils per definir els indicadors.

Altres eines, com Metricool i Brandwatch, ens donen estadístiques de l'activitat a les xarxes, que després podem analitzar acuradament amb ChatGPT i Copilot, que no només extrauran conclusions, sinó que ens faran recomanacions en base als continguts que millor hagin funcionat, els temes que hagin interessat més i els formats que hagin generat més interacció. Tota aquesta informació serà molt útil per fer reajustaments en el pla de continguts de cara al futur.

## 4.9. Reflexions finals

Les eines d'IA són una bona ajuda per dissenyar plans de continguts i fins i tot per generar aquests continguts. No obstant això, cal tenir sempre en compte aquestes tres recomanacions quan es faci servir la intel·ligència artificial amb finalitats professionals:

- No pujar informació confidencial ni sensible a cap eina d'IA.
- Fer servir el contingut generat per IA com a base, però donar-li el toc personal abans de publicar-lo.
- Verificar i contrastar les respostes de la IA: de vegades les eines tenen al·lucinacions, inventen dades o s'equivoquen.

Amb aquestes consideracions, les administracions públiques poden maximitzar l'impacte del seu contingut amb menys recursos gràcies a l'ajut de la IA generativa, i així millorar la seva presència digital.

# 5. L'impacte de les eines d'intel·ligència artificial en la creativitat publicitària

## 5.1. Introducció

L'ús de la intel·ligència artificial està revolucionant la manera com es dissenyen i es creen els continguts publicitaris, oferint noves eines i possibilitats per als professionals del sector. Amb eines com Midjourney, Runway i Luma es facilita la generació d'imatges, vídeos i altres elements visuals, fet que permet una major eficàcia i més creativitat en la producció de campanyes publicitàries. A continuació explorarem aquestes tecnologies i els seus usos principals.

## 5.2. Midjourney: creació d'imatges a partir de *prompts*

Midjourney és una de les eines d'IA més potents per a la creació d'imatges a partir de textos descriptius (*prompts*). Aquest sistema permet que, simplement introduint una descripció concreta d'allò que es vol visualitzar, es generin imatges detallades i creatives de forma automàtica. Això obre una infinitat de possibilitats per als dissenyadors gràfics i per als professionals de la publicitat, ja que poden generar visuals personalitzats en qüestió de segons, sense necessitat de comptar amb habilitats avançades en disseny.

### Conceptes clau sobre Midjourney:

- *Prompt*: és el terme que defineix la instrucció que es dona a la IA per generar una imatge. És fonamental aprendre a estructurar correctament un *prompt* per obtenir els millors resultats.
- Paràmetres: Midjourney ofereix una sèrie de paràmetres bàsics i avançats per controlar aspectes com l'estil, els colors, la resolució i la composició de les imatges generades.

La clau per a la utilització de Midjourney no és només la capacitat de generar imatges, sinó també la comprensió de "com pensa" la màquina. Això és el que permetrà als

usuaris millorar les instruccions que donin a la IA per obtenir resultats més precisos i útils per a les seves campanyes publicitàries.

### 5.3. Runway: intel·ligència artificial aplicada al vídeo

L'ús de la IA en la creació de vídeos està revolucionant la producció audiovisual i una de les eines més destacades en aquest camp és Runway. Aquesta plataforma permet la creació i l'edició de vídeos utilitzant algorismes d'IA, simplificant molts dels processos que tradicionalment requerien temps i recursos.

#### Funcionalitats de Runway:

- Interfície: la seva interfície d'usuari és intuïtiva, amb una experiència de navegació molt similar a la de Midjourney. A més, permet la creació de vídeos automàtics a partir de descripcions o inputs visuals.
- Punts forts i febles: un dels avantatges de Runway és la seva capacitat per generar continguts ràpidament, però encara pot presentar limitacions en la qualitat final dels vídeos si es compara amb tècniques de producció més tradicionals.

Runway s'està consolidant com una eina indispensable per als professionals de la publicitat que necessiten generar vídeos curts per a xarxes socials o per a d'altres formats digitals de manera ràpida i efectiva.

### 5.4. Luma: el futur de la creació audiovisual

Una altra eina emergent és Luma, una IA enfocada a la creació de vídeos a partir de *prompts* o d'imatges de referència. Tot i que es troba en una fase molt inicial (versió beta), ja s'ha demostrat que té un gran potencial per transformar la producció audiovisual en el futur proper.

#### Característiques principals de Luma:

- Creació a partir de referències visuals: Luma permet als usuaris proporcionar una imatge o un *prompt* a partir del qual es genera un vídeo complet. Això és especialment útil per a campanyes publicitàries que necessiten mantenir una coherència visual en diferents formats.
- Moment d'ús adequat: tot i que encara no està a punt per a una adopció massiva, Luma pot ser una eina molt prometedora per a aquelles produccions de vídeo que necessiten grans volums de contingut amb una personalització específica.

## 5.5. Transformació de la publicitat: eficàcia, creativitat i innovació

Amb aquestes eines d'IA, el panorama de la publicitat està experimentant una autèntica revolució. Els professionals ja no estan limitats per les seves habilitats tècniques o pels temps de producció, ja que l'ús de la IA permet accelerar i optimitzar moltes de les tasques relacionades amb la creació de continguts. Les imatges i vídeos es poden generar amb gran rapidesa, mantenint un alt nivell de qualitat visual, fet que es tradueix en més eficiència i més flexibilitat per adaptar les campanyes als canvis del mercat.

A més, la IA no només augmenta l'eficàcia, sinó que també impulsa la creativitat, obrint noves vies per explorar formats visuals que abans eren difícils de produir. Amb eines com Midjourney, Runway i Luma es poden generar visualitzacions personalitzades per a cada client, cosa que facilita una segmentació més precisa del públic objectiu i una adaptació constant als seus interessos.

## 5.6. Conclusions

El futur de la publicitat està íntimament lligat al desenvolupament de la intel·ligència artificial. Eines com Midjourney, Runway i Luma no només faciliten la creació de continguts visuals i audiovisuals, sinó que també obren un ventall de noves possibilitats per a la creativitat i l'eficàcia de les campanyes publicitàries. És fonamental que els professionals de la publicitat s'adaptin ràpidament a aquestes tecnologies i aprenguin a treure'n el màxim profit, entenent com funcionen i identificant el millor moment per utilitzar-les en els seus processos creatius.

En definitiva, la IA ha arribat per quedar-se en el món de la publicitat, i aquells que aconseguixin dominar aquestes eines seran capaços de mantenir-se competitius i innovadors en un sector que no para de canviar.

## 6. Cas d'èxit: la integració de la IA en l'automatització de tasques dins del Programa de Governança de Dades

### 6.1. Introducció

El Servei del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona i Documentació i Publicacions Oficials (SBOPiDiPO) de la Diputació de Barcelona ha adoptat diverses solucions innovadores basades en intel·ligència artificial. D'una banda, un sistema per optimitzar la redacció dels resums dels anuncis publicats al *Butlletí Oficial de la Província de Barcelona (BOPB)*. I, d'altra banda, una solució per a la classificació temàtica d'anuncis en butlletins i diaris oficials en el Cercador d'Informació i Documentació Oficials (CIDO), coneguda com a CIDOBOT.

En l'àmbit corporatiu, la Diputació està desenvolupant dues solucions per transformar el treball del personal tècnic. Per un costat, una IA en els processos de contractació pública per a l'elaboració automàtica dels documents de contractació necessaris (informes, plecs de clàusules administratives, plecs de prescripcions tècniques, etc.) que garanteixi el compliment dels requisits establerts per la Corporació, i millorar així l'eficiència i la qualitat dels processos contractuals. I, per l'altre, una IA en la gestió necessària per al procés de justificació de subvencions, concretament en el procés de revisió de la documentació justificativa, per tal de reduir el nombre de requeriments d'esmena a les entitats beneficiàries.

### 6.2. CIDOBOT: intel·ligència artificial per a la classificació temàtica dels anuncis en butlletins i diaris oficials

Va ser ja el 2018 quan es va posar en marxa el CIDOBOT, la primera solució basada en algorismes d'IA implementada al Cercador d'Informació i Documentació Oficial –el CIDO– per automatitzar la classificació temàtica dels anuncis en butlletins oficials. El CIDOBOT utilitza xarxes neuronals per analitzar els resums dels anuncis i classificar-los segons diferents categories (contractació, oposicions, subvencions, etc.).

Aquest sistema ha estat entrenat amb dades de diferents butlletins oficials –com ara el *BOPB*, el *DOGC* o el *BOE*–, utilitzant un diccionari de les paraules més repetides en els anuncis per convertir-les en vectors numèrics. Aquesta informació s'utilitza per predir la classificació temàtica de nous anuncis, amb un alt grau de precisió. A més, si el sistema detecta un grau de confiança baix en la seva classificació, permet dur a terme una comprovació manual per garantir la fiabilitat dels resultats.

### **6.3. La intel·ligència artificial en la redacció dels resums dels anuncis del *BOPB***

El *BOPB* gestiona anualment més de 35.000 anuncis, cadascun dels quals necessita un resum per ser publicat. Aquest procés, que abans es feia manualment, requeria grans esforços de temps i recursos. La introducció d'un sistema basat en IA ha permès automatitzar la redacció dels resums dels anuncis, garantint una major eficiència i precisió.

El sistema utilitza algoritmes de *Machine Learning* (aprenentatge automàtic) i, en casos més complexos, xarxes neuronals de tipus *Transformer*. Aquestes tecnologies permeten analitzar el contingut dels anuncis i generar resums precisos d'un màxim de 100 paraules, tal com ho faria una persona. A més, el sistema s'entrena constantment amb les dades dels anuncis per millorar la seva eficàcia i reduir així la càrrega de treball tant del personal tècnic dels anunciants com del personal del *BOPB*, i millorar la qualitat de la informació publicada.

### **6.4. La IA a la Diputació de Barcelona per transformar el treball del personal tècnic**

La Diputació de Barcelona, a través del desplegament del Programa de Governança de Dades, està desenvolupant algunes solucions per col·laborar en la transformació de tasques del personal tècnic. D'una banda, una IA en els processos de contractació pública per a l'elaboració automàtica dels documents de contractació necessaris. I, de l'altra, una IA en la gestió necessària per al procés de justificació de subvencions.

#### **6.4.1. La IA en els processos de contractació pública**

S'està desenvolupant una prova de concepte basada en IA per optimitzar els processos de contractació pública. L'objectiu és automatitzar la creació dels documents necessaris per a la licitació, com ara els plecs de clàusules administratives, els plecs de prescripcions tècniques o els informes, assegurant així el compliment de tots els requisits legals i millorar l'eficiència en la gestió contractual.

Aquest sistema d'IA permetrà agilitzar la redacció dels documents, reduir els errors humans i garantir que els processos es duguin a terme amb la màxima transparència i precisió. A més, disposarà d'un observatori per comparar els documents de la Diputació amb els d'altres institucions públiques, fet que ajudarà a identificar millors pràctiques i a millorar la coherència dels processos interns.

#### **6.4.2. La IA en el procés de justificació de subvencions**

La IA també s'incorporarà en la gestió de subvencions, especialment en el procés de revisió de la documentació justificativa. Tradicionalment, aquest procés és molt laboriós i susceptible d'errors humans, cosa que pot afectar la transparència i la rendició de comptes en l'ús dels fons públics.

Amb la utilització de la IA es podran processar grans volums de documentació amb major rapidesa i precisió. El sistema serà capaç de detectar incoherències i errades en els documents presentats, i reduirà la necessitat de requeriments d'esmena a les entitats beneficiàries. A més, millorarà la transparència amb la generació d'informes detallats sobre els errors detectats i oferirà recomanacions per millorar la qualitat de la documentació.



**Diputació  
Barcelona**

| Àrea de Presidència

**Gabinet de Premsa i Comunicació**

Rambla Catalunya, 126

Edifici Can Serra

08008 Barcelona

Tel. 934 049 412

[gb.prensacom@diba.cat](mailto:gb.prensacom@diba.cat)