vinetur

Cómo usar la inteligencia artificial para crear contenidos sobre vino

La supervisión humana y la comprobación de fuentes permiten aprovechar esta tecnología sin comprometer el rigor de los contenidos

jueves 12 de noviembre de 2026

ESCRITO POR VILMA DELGADO



Una ficha de producto, una crónica de vendimia y un artículo sobre exportaciones requieren información distinta, aunque todos hablen de vino. La inteligencia artificial puede ayudar a ordenar documentos, preparar borradores y adaptar textos a varios

canales. Su utilidad depende de una condición: que la rapidez de producción no sustituya el conocimiento del producto ni la comprobación de las fuentes.

Revisar el borrador antes de publicar

La revisión editorial debe distinguir entre cómo está escrito un texto y qué pruebas sostienen sus afirmaciones. Durante ese proceso, el responsable de contenidos puede consultar un detector de IA gratuito como apoyo para examinar posibles indicios de generación automática. Su resultado no demuestra la autoría ni confirma que una descripción del vino sea correcta.

Esta distinción resulta especialmente importante en un sector con vocabulario recurrente. Expresiones sobre equilibrio, frescura o persistencia pueden aparecer tanto en una nota profesional como en un borrador automático. Un aviso merece revisión, pero no justifica rechazar un texto por sí solo; tampoco una puntuación baja acredita su calidad. Como antecedente, OpenAI retiró su propio clasificador en julio de 2023 por su baja precisión, según su comunicación oficial.

La decisión de publicar debe apoyarse en criterios concretos: correspondencia con la ficha técnica, atribución de las valoraciones y ausencia de detalles inventados. Una descripción puede sonar natural y confundir la variedad, la añada o el tiempo de crianza. Esos errores afectan al contenido aunque ningún análisis automático los señale.

Preparar las fuentes antes de pedir un texto

El trabajo empieza con un expediente breve y actualizado. Para describir una botella, el redactor necesita la ficha de la añada correspondiente, las notas de cata disponibles y la información comercial autorizada. Para explicar una denominación de origen, necesita documentación de su consejo regulador y fuentes que permitan separar las características generales de las particularidades de cada productor. Conviene identificar cada documento con su fecha y procedencia. Si una ficha antigua menciona doce meses de barrica, ese dato no debe trasladarse a otra añada sin confirmación. El sistema debe recibir una instrucción clara: señalar la información ausente en lugar de

completar los huecos con detalles plausibles.

Contenido	Material de partida	Comprobación prioritaria
Ficha de vino	Ficha técnica de la añada	Variedades, graduación y elaboración
Nota de cata	Apuntes del catador identificado	Correspondencia con la muestra probada
Crónica de vendimia	Entrevistas y datos de la bodega	Fechas, rendimientos y alcance geográfico
Artículo de mercado	Informe original fechado	Unidades, periodo y carácter provisional
Propuesta enoturística	Información del establecimiento	Horarios, reservas y servicios disponibles

Este expediente también permite detectar contradicciones. Si dos documentos ofrecen graduaciones diferentes, la herramienta puede señalar la discrepancia. La bodega o la fuente responsable deberá resolverla antes de que el dato llegue al catálogo.

Definir el encargo según el canal y el público

Una petición genérica sobre «un vino excepcional» apenas aporta criterios útiles. El encargo debe precisar el formato, el destinatario, la extensión y los documentos permitidos. También debe establecer qué afirmaciones quedan excluidas: premios sin acreditar, comparaciones de superioridad o historias familiares que no figuren en las fuentes. Un ejemplo de encargo sería la preparación de una ficha de 150 palabras para una tienda española, dirigida a compradores con conocimientos básicos y basada exclusivamente en documentación adjunta. El texto podría explicar elaboración, perfil descrito por la bodega y servicio recomendado, dejando pendientes los datos que falten.

Adaptar la profundidad sin cambiar los hechos

Una ficha comercial necesita claridad para identificar el producto. Un artículo especializado puede desarrollar decisiones de vinificación, condiciones de una campaña o diferencias entre zonas. Una publicación breve para redes sociales debería seleccionar una idea verificable, sin intentar resumir toda la historia de la bodega. La IA puede proponer esas versiones a partir de un documento aprobado. El editor debe comprobar que la reducción no transforme una posibilidad en una certeza. «Puede evolucionar favorablemente» y «mejorará durante diez años» no expresan lo mismo.

Mantener la cata vinculada a una experiencia real

Una herramienta de generación de texto no prueba el vino descrito. Puede reorganizar apuntes sensoriales aportados por un profesional, pero no debe completar una nota con aromas o sensaciones deducidos únicamente de la variedad. La pertenencia a una denominación tampoco permite atribuir un perfil idéntico a todas sus botellas. Si los apuntes mencionan fruta roja, acidez marcada y tanino fino, el borrador debe respetar ese alcance. Añadir cuero, humo o vainilla para conseguir una descripción más vistosa introduce observaciones sin respaldo. Cuando el texto reproduce la valoración de la bodega, la atribución debe quedar clara. Las propuestas de maridaje también necesitan razonamiento. El redactor puede relacionar una acidez descrita con platos grasos o considerar la intensidad del vino frente a la preparación. Conviene presentarlas como opciones justificadas, sujetas al plato concreto y a las preferencias del consumidor.

Comprobar cifras, fechas y territorios

Los artículos económicos exigen una revisión distinta de las fichas comerciales. Una cifra puede ser correcta y resultar engañosa si corresponde a otro periodo o territorio. También importa distinguir producción, consumo, existencias y exportaciones. El informe sectorial de la OIV, publicado en mayo de 2026, estimó la producción mundial de vino de 2025 en 227 millones de hectolitros, excluidos zumos y mostos. La cifra sirve para ilustrar cómo citar un dato: identifica organismo, periodo, ámbito y definición. No describe por sí sola la situación de España ni la de una denominación concreta.

Al trabajar con informes, el responsable editorial debería revisar:

- La fecha del documento y el periodo al que corresponde cada cifra.
- El carácter provisional, estimado o definitivo del dato.
- Las unidades utilizadas y cualquier conversión.
- La diferencia entre variaciones porcentuales y puntos porcentuales.
- La existencia de una actualización posterior.

La IA puede ayudar a localizar cifras dentro de los documentos facilitados. La comparación final debe hacerse con la tabla original, especialmente cuando el texto combina varios mercados.

Conservar la identidad de cada bodega

La uniformidad es otro riesgo editorial. Si todos los textos presentan «tradición e innovación» y «pasión por la tierra», desaparecen las diferencias que permiten comprender cada proyecto. La información propia ofrece una base más sólida: una decisión de elaboración explicada, una parcela documentada o una dificultad concreta de la campaña. El equipo puede mantener una guía con terminología aprobada, ejemplos de tono y expresiones que conviene evitar. Las traducciones requieren una revisión adicional de nombres, unidades y categorías. Una adaptación comercial no debe convertir automáticamente una mención española de crianza en una supuesta categoría equivalente de otro mercado.

Publicar con criterio enológico y editorial

La inteligencia artificial resulta útil cuando transforma material comprobado en textos claros y adecuados a cada canal. El valor del contenido sobre vino sigue dependiendo de fuentes identificables, observaciones atribuidas y detalles que describan realmente el producto. La revisión humana convierte el borrador en una publicación de la que la bodega, el comercio o el medio pueden responsabilizarse.