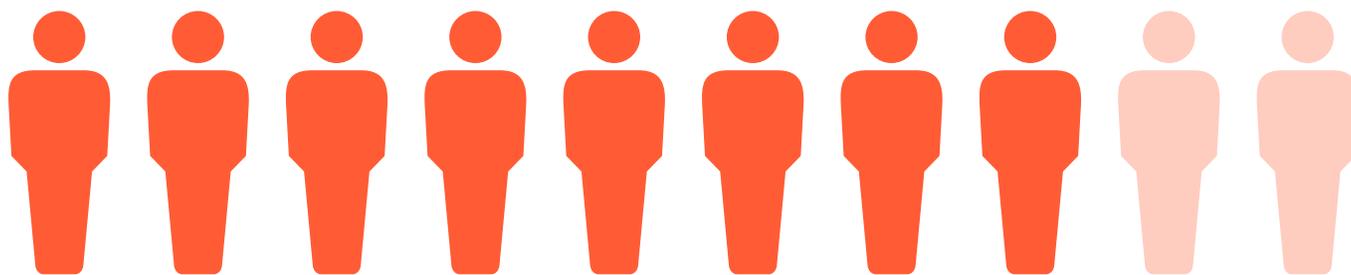


HubSpot x Jasper

# Cómo usar la IA generativa para optimizar las operaciones de contenido





Según el informe [Content Matters](#), realizado por Parse.ly en 2022, 8 de cada 10 profesionales del marketing afirman que este año planean crear más contenido que el año pasado, una cifra que podría parecer alta, pero que ya es perfectamente normal para quienes trabajan en creatividad.

Cada año, la demanda de contenido aumenta y se diversifica, pero las estrategias para crearlo siguen siendo prácticamente las mismas, por lo que son los equipos creativos quienes tienen que adaptarse a las nuevas tendencias. Ya lo hicieron cuando las empresas tuvieron que invertir en videos y en podcasts, y también cuando las publicaciones sobre liderazgo intelectual ganaron popularidad en LinkedIn. Aunque estos equipos son capaces de crear contenido de calidad con gran rapidez, también deben generar recursos sin descanso, y aunque los formatos de contenido evolucionan constantemente, rara vez hay avances tecnológicos que ayuden a los profesionales creativos a mantenerse a la altura de estas expectativas.

En este entorno tan competitivo, la IA generativa promete convertirse en una herramienta verdaderamente revolucionaria en la creación de contenido.

11

La enorme presión a la que los equipos creativos están sometidos ha llevado a las empresas a adoptar una tecnología realmente revolucionaria: la inteligencia artificial.

La implementación de esta tecnología reduce el tiempo de ejecución para que equipos de contenido y profesionales independientes tengan más tiempo para generar ideas novedosas. En este recurso, veremos cómo la IA puede mejorar las operaciones de contenido y cómo pueden usarla los equipos creativos para optimizar sus procesos.

# Índice

Qué es la IA generativa	P4
Cómo empezar a usar la IA generativa	P5
Acerca de las solicitudes	P6
Cómo usar la IA generativa en las estrategias de contenido y de marketing	P8
Limitaciones de la IA generativa	P12
Advertencia: Sesgos en la IA	P13
Penalización por parte de Google	P14
La IA generativa y el riesgo de plagio	P15
Cómo incorporar la IA en tu equipo	P16
Conclusión: Esto es solo el principio	P17

# Qué es la IA generativa

La IA generativa es un tipo de inteligencia artificial capaz de interpretar solicitudes y crear algo totalmente nuevo, como arte, textos, audio o videos. Esta nueva tecnología aprende a partir de modelos de procesamiento del lenguaje natural y del consumo de contenido, identifica patrones en estos modelos de lenguaje y los usa para completar o reformular las ideas proporcionadas por una persona. Como permite generar ideas más rápido y con más facilidad, la IA generativa tiene el potencial de convertirse en una tecnología transformadora para la productividad y la creatividad.

Así es como funciona: cuando alguien proporciona una cadena de texto a un sistema de IA generativa, ese sistema la procesa mediante modelos de lenguaje muy amplios para predecir la siguiente palabra. Para tener un contexto de referencia sobre diversos temas y en varios idiomas, estos modelos consumen una gran parte de la información de Internet (entre un 10% y un 20% aproximadamente). Como están expuestos a una gran cantidad de contenido, los modelos aprenden la estructura del lenguaje natural de las personas: cómo hablan, cómo escriben y cómo crean distintos recursos artísticos. A continuación, complementan esa base de referencia con la solicitud o el contexto que les indiqués, y a medida que reciben más contexto, los resultados mejoran cada vez más.

Los dos modelos principales que utiliza la IA generativa son el procesamiento del lenguaje natural, que usa reglas para aprender a partir de texto existente, y las redes neuronales artificiales, que usan datos para crear nuevas relaciones entre elementos.



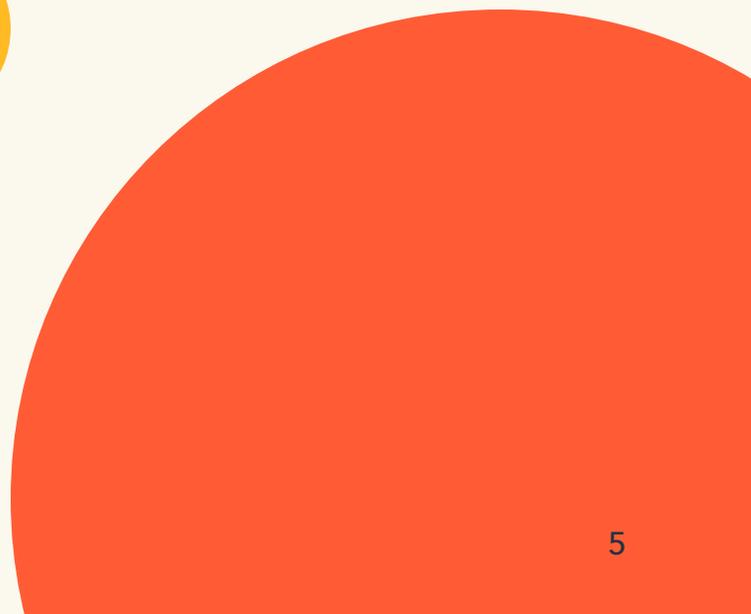
# Cómo empezar a usar la IA generativa

Puedes empezar a usar la IA generativa directamente a través de un modelo de lenguaje o mediante una aplicación de IA, como [Jasper](#). Este tipo de aplicaciones extraen contenido de varios modelos de IA con un uso específico en mente. Seleccionan los modelos adecuados en función de las circunstancias y los combinan para satisfacer las necesidades de los usuarios con más efectividad.



En los próximos años, es probable que surja una amplia variedad de modelos de IA con diversas ventajas y especializaciones. Las capas de aplicaciones también evolucionarán y desarrollarán su funcionalidad, y podrán usar datos para perfeccionar sus modelos y generar resultados cada vez más eficientes.

Así es como funciona la tecnología detrás de la IA generativa, pero en la práctica es mucho más intuitiva. Los equipos de creación de contenido pueden usar la IA como un asistente para generar ideas a partir de solicitudes.



# Acerca de las solicitudes



Las solicitudes son las indicaciones que los usuarios dan a los sistemas de IA para generar contenido. En sí mismas, estas solicitudes son simplemente lenguaje natural: patrones de habla normales que usamos para comunicarnos día a día. Sin embargo, desarrollar solicitudes eficaces que determinen la calidad de los resultados de la IA es toda una habilidad.

A continuación, incluimos una serie de solicitudes que planteamos a [Jasper](#), una herramienta de IA generativa, y los resultados obtenidos. Las solicitudes están resaltadas en negrita y las respuestas en cursiva.

## **Escribe una oración sobre Alfonsina Storni.**

*Alfonsina Storni fue una escritora argentina muy influyente, poetisa y defensora de los derechos humanos, y muy comprometida con el feminismo, la igualdad de género y la liberación sexual.*

## **Explica la diferencia entre la filtración de datos y el hackeo.**

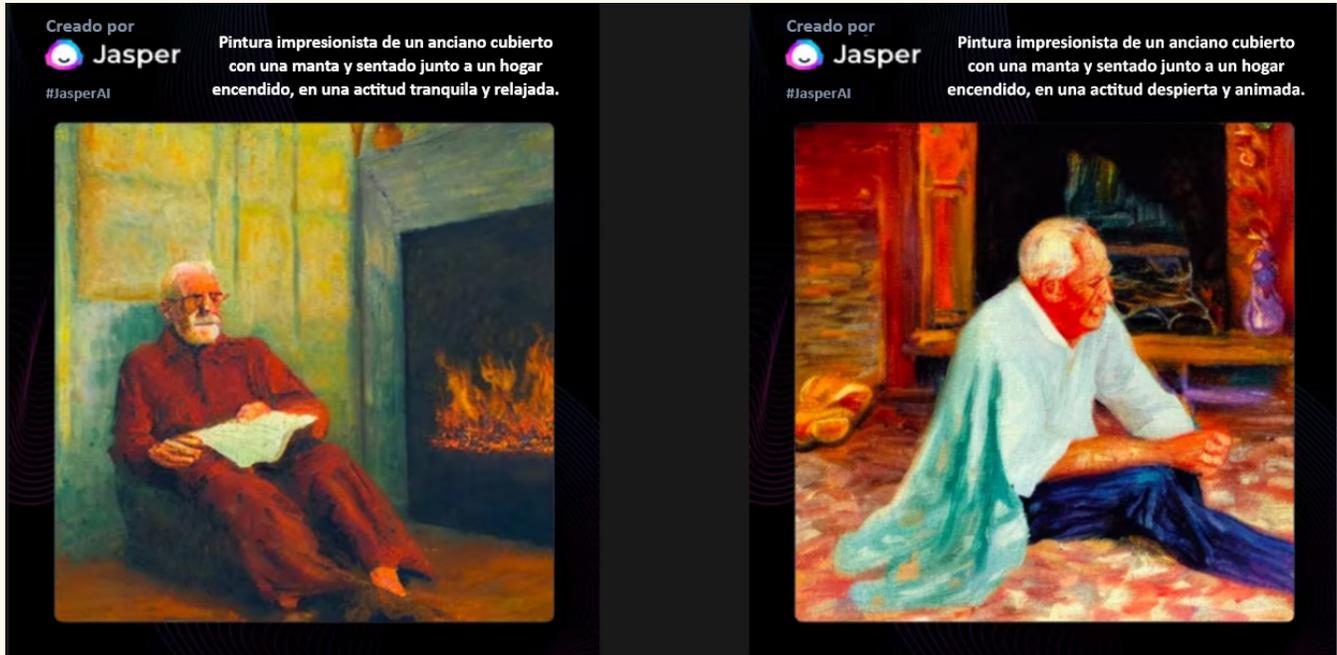
*La filtración de datos es un incidente donde un usuario no autorizado accede a datos protegidos, sensibles o confidenciales. El hackeo es un intento de explotar las vulnerabilidades de un sistema con el objetivo de acceder a información o interrumpir sus operaciones.*

**¿Quieres que tus equipos desarrollen contenido instructivo optimizado para la búsqueda, o prefieres que se centren en artículos sobre el liderazgo intelectual y en contenido de entretenimiento que los usuarios puedan divulgar a través de redes sociales y del boca a boca? Reformula la última oración.**

*¿Quieres que tus equipos desarrollen contenido instructivo optimizado para la búsqueda, o prefieres transmitir contenido sobre liderazgo intelectual y entretenimiento a través de las redes sociales y el boca a boca?*

Las solicitudes pueden ser sencillas, pero son más eficaces cuando son intencionales.

Este es un ejemplo de cómo dos solicitudes ligeramente diferentes pueden crear resultados muy distintos en un generador de arte a partir de texto.



Como puedes ver, tan solo cambiando las palabras clave "tranquila y relajada" por "despierta y animada", la atmósfera del resultado es totalmente diferente. Se pueden hacer cambios en la indicación principal de una solicitud (como "escribe la siguiente oración", "reformula esta frase" o "amplía este párrafo"), en los descriptores que agregas a la indicación (como "tranquilo" o "colorido"), en el estilo (como "ingenioso", "educativo" o "conciso"), en la inspiración (como "al estilo de Salvador Dalí" o "con la voz de Oprah") y en muchas otras variables.

Ahora que sabes a grandes rasgos cómo funciona la IA generativa y conoces parte de la terminología que se utiliza, veamos cómo puedes usar esta tecnología para optimizar tu estrategia de contenido y de marketing.

# Cómo usar la IA generativa en las estrategias de contenido y de marketing

La IA generativa puede usarse en una amplia gama de situaciones, como para generar texto de marketing personalizado e imágenes para un sitio web, o para escribir descripciones de productos y publicaciones de blog. También puede utilizarse para convertir una instancia de contenido existente en una campaña completa o traducir una idea a varios idiomas. Veamos los usos más comunes de la asistencia por IA para profesionales del marketing.



## Generación de ideas

Si necesitas nuevas ideas, la IA generativa puede ser una excelente manera de poner en marcha el proceso creativo, ya que aunque por sí sola no te dará la respuesta que buscas, puede proporcionarte una serie de conceptos muy interesantes que te servirán de inspiración.

Por ejemplo, si tienes una empresa de seguros y quieres nuevas perspectivas para tus blogs, puedes solicitar a la IA que te dé algunas ideas. En los ejemplos que incluimos a continuación, la solicitud está en **negrita** y las ideas generadas por la IA en *cursiva*.

### **Dame ideas para publicaciones de blog sobre seguros de discapacidad temporal.**

- *Qué son los seguros de discapacidad temporal*
- *Todo lo que tienes que saber sobre la cobertura por discapacidad temporal*
- *Cómo aprovechar al máximo los beneficios de un seguro de discapacidad temporal*
- *Prepárate para lo inesperado y contrata un seguro de discapacidad temporal*
- *Distintos tipos de pólizas de discapacidad temporal*

Aunque puede que todas estas ideas no te entusiasmen, no podemos negar que son un buen punto de partida.



### Simplificación de ideas complejas o de textos extensos

Si tu problema a la hora de escribir es la falta de brevedad, puedes usar la IA generativa para simplificar algo que ya hayas escrito de forma que tenga un estilo más conciso, así como para optimizar tus textos con el objetivo de que fluyan con más agilidad, como en el ejemplo de abajo.

#### **Simplifica el último párrafo.**

*Puedes usar la IA para acortar escritos y simplificar textos complejos.*

Por otro lado, si tienes tendencia a usar un lenguaje demasiado académico, la IA puede ayudarte a pulir un estilo más coloquial.



### Creación de imágenes relacionadas

Muchas veces no es fácil encontrar exactamente lo que buscas en los bancos de imágenes, y cuando finalmente te decides a comprar ciertos archivos, te das cuenta de que ya se han usado en cientos de sitios online. Si no tienes un equipo de diseño o si buscas nuevas ideas para ilustrar tu trabajo, la IA generativa puede ser una excelente opción.

Solo tienes que describir la imagen que buscas y modificar aspectos como el estilo y la técnica para que la IA generativa te dé opciones relevantes y originales, y no tendrás que pagar derechos de autor para usarlas.



### Síntesis de investigaciones

Aunque una herramienta de IA no realizará una investigación por su cuenta, la IA generativa sí es capaz de tomar páginas de estudios que hayas llevado a cabo, como entrevistas a clientes y estudios cualitativos, y resumirlas para destacar los puntos más importantes. También puedes usar la IA generativa para interpretar grandes cantidades de información y para hallar patrones que podrías haber pasado por alto. Por supuesto, luego tendrás que revisar personalmente la validez de los resultados y verificar que la IA no haya pasado nada por alto, pero sin duda puede proporcionarte un gran punto de partida.



### Superación de los bloqueos creativos

A menudo, cuando comenzamos a escribir, lo hacemos con mucha motivación, pero luego perdemos interés o nos atascamos en alguna idea clave del texto. Cuando sufras un bloqueo creativo, puedes usar la IA generativa para superarlo. Por ejemplo, imaginemos que nos hace falta una frase para pasar de esta sección a la siguiente.

**Dame una frase para terminar este apartado.**

*Ahora que hemos superado el bloqueo creativo, podemos pasar a la siguiente sección.*



### Creación de una campaña a partir de una publicación

W

A la larga, los canales más eficientes acaban saturándose, y si basamos toda una estrategia de marketing en un solo canal, nos arriesgamos a que ese canal desaparezca o pierda vigencia, lo cual sería desastroso para cualquier negocio. Como no es posible controlar los algoritmos ni predecir todos los gastos, hay que adoptar una estrategia multicanal para sacar provecho de los mejores medios a nuestro alcance.

**Neil Patel**

Cofundador de Mixpanel

La proliferación de canales es ideal para descubrir contenido, pero los equipos de marketing tienen que trabajar horas extra para satisfacer la demanda. Con la IA generativa, puedes crear una campaña multicanal completa a partir de una única instancia de contenido, que además puedes adaptar a distintos formatos y longitudes. Si vas a convertir una publicación de blog en un ebook, la IA puede desarrollar automáticamente el tema central y, a continuación, crear distintas publicaciones para redes sociales basándose en contenido más extenso.



### Variantes de anuncios y páginas de destino

La IA generativa puede crear automáticamente variantes de anuncios y de páginas de destino. Solo tienes que escribir una página o un anuncio y pedirle que produzca todas las variantes que necesites.



### Generación de secuencias de nutrición de leads y personalización de interacciones de ventas

Como en el caso de las publicaciones de blog, crear secuencias de correo electrónico puede llevar mucho tiempo, pero con la IA generativa, podrás crearlas más rápidamente, adaptar el tono y personalizar las interacciones de ventas. Solo tienes que proporcionar a la herramienta que uses los datos sobre tus leads y clientes, y esta los convertirá en contenido personalizado para cada persona en función de sus necesidades, intereses e interacciones. Evidentemente, la IA no va a buscar información sobre tus leads por sí sola, sino que convertirá los datos que le proporciones en información coherente y personalizada.

## Superación de las barreras idiomáticas

Uno de los principales desafíos de los equipos creativos de todo el mundo es plasmar en otros idiomas sus ideas más innovadoras. La IA generativa puede ayudar a cualquier profesional a crear contenido en otros idiomas, traduciendo texto y modificándolo para que suene más natural en un idioma determinado. Aunque no reemplaza totalmente la localización y adaptación cultural a distintas comunidades, la IA sí puede acelerar el proceso.

Todas estas funciones aún están en desarrollo, pero evolucionan rápidamente. Mientras tanto, cada vez más profesionales del marketing las utilizan para crear contenido de mayor calidad más rápidamente.

# Limitaciones de la IA generativa

La IA generativa aún está en sus primeras etapas de desarrollo, por lo que todavía tiene algunas limitaciones que hay que tener en cuenta a la hora de usarla. En particular, cualquier sistema de inteligencia artificial depende de los datos que consume y con los que trabaja, y como resultado pueden darse sesgos o errores en parte del contenido generado. Esta es la razón por la que la creatividad humana siempre será fundamental en este proceso y por la que la IA nunca debería reemplazarla.

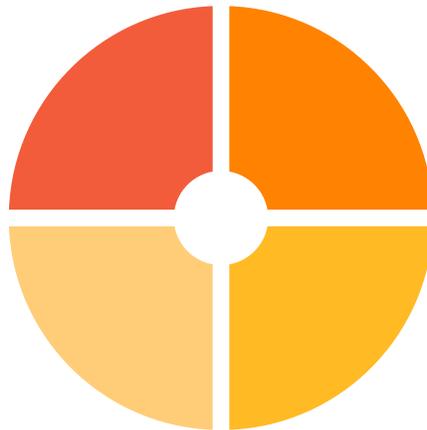
Estas son algunas de las tareas que la IA no puede realizar (al menos, de momento).

- **Investigaciones originales:**

La IA no puede realizar investigaciones, estudios ni análisis. En general, el contenido escrito que genera la inteligencia artificial es bastante superficial, por lo que desarrollar y profundizar en las ideas que produce depende de ti.

- **Comprobaciones rápidas:**

Si le preguntas a la IA sobre el último álbum de Taylor Swift, puede que te diga que es "Folklore", por lo que debes comprobar siempre la información que estos sistemas proporcionan.



- **Experiencias vividas:**

La IA emula a los seres humanos, pero no es capaz de brindar sus propias experiencias, por lo que tendrás que aportar tus perspectivas y puntos de vista personales al contenido.

- **Evaluación de la calidad:**

La IA simplemente genera contenido lógico, pero no tiene en cuenta el buen gusto ni la calidad a la hora de hacerlo, y precisamente por eso la creatividad humana sigue siendo una parte fundamental de la ecuación. Los equipos de redacción pueden ahorrar mucho tiempo de escritura con esta tecnología, pero deberían reinvertirlo en generar nuevas ideas, en controlar la calidad del material y en desarrollar una buena estrategia editorial.

# Advertencia: Sesgos en la IA

La inteligencia artificial necesita solicitudes de contenido y modelos de lenguaje natural para hacer su trabajo, y aunque parezca obvio, es importante recordar que no tiene conciencia, moral ni contexto histórico, por lo que el contenido que genera puede tener sesgos.

Para prevenirlos, muchos modelos y aplicaciones de lenguaje tienen filtros de contenido incorporados que evitan el uso de ciertos términos. Si bien estos filtros están diseñados para detectar los casos más extremos, no son infalibles, y depende de nosotros garantizar que el contenido generado por IA sea inclusivo y respetuoso.

Los sesgos no son solo el resultado de solicitudes malintencionadas, sino que también pueden ser consecuencia de una fuente de aprendizaje de mala calidad. Por este motivo, diferentes iniciativas, como [AI4ALL](#), intentan introducir en la IA una gama más amplia de contenido de origen para reflejar la diversidad de nuestro mundo.

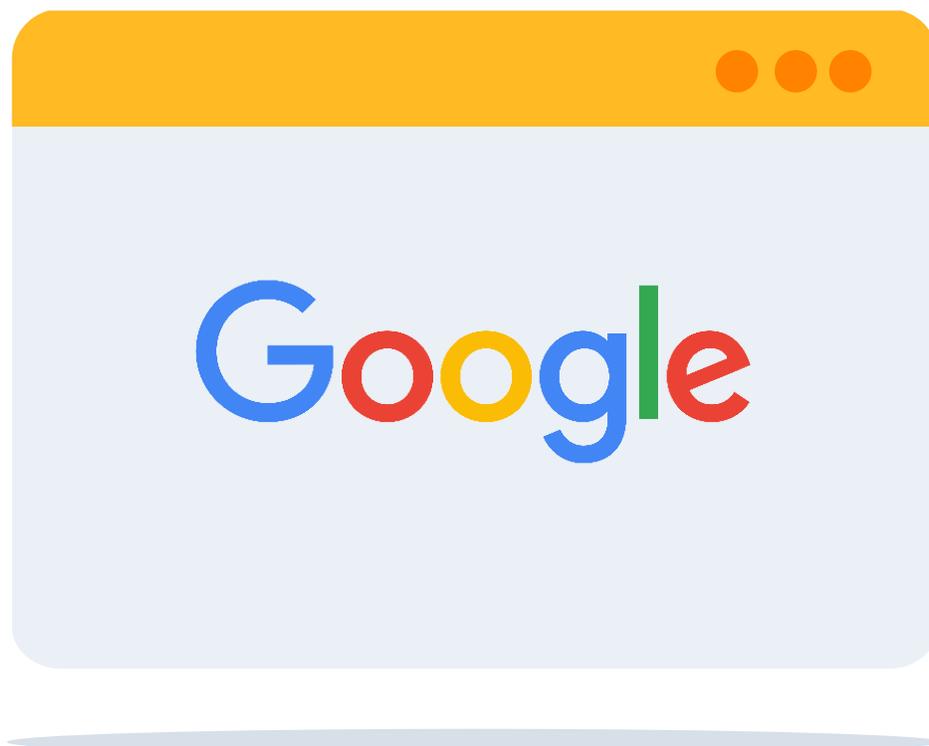
Al fin y al cabo, la IA generativa puede usarse para crear contenido con más eficiencia y rapidez, pero no puede considerarse un sustituto de la creatividad humana, de la búsqueda cuidadosa de información ni del buen juicio.

Por eso, las discusiones que comparan la IA con los seres humanos son irrelevantes, ya que la IA solo es una herramienta al servicio de la creatividad humana.

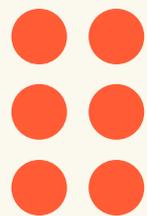
# Penalización por parte de Google

En 2022, Google lanzó una actualización muy útil de un algoritmo que desalienta el uso excesivo de la automatización en la creación de contenido. Como consecuencia, muchas personas se preguntaron si usar la IA para redactar contenido podría afectar a las clasificaciones, pero tras varias aclaraciones y algo de investigación, quedó claro que no se aplicará ninguna penalización por utilizar la IA, solo por hacerlo inadecuadamente. Google penaliza el contenido de mala calidad, sin importar qué o quién lo creó, por lo que si un texto generado con IA es de mala calidad, se penalizará igual que si lo hubiera redactado un humano.

Aunque el contenido generado con IA no suele tener demasiada trascendencia, cualquier lector puede detectar un texto superficial, por lo que no deberías tomar ninguna decisión radical con respecto a la escritura asistida por esta tecnología, y mucho menos descartarla. Usa el tiempo que puedes ahorrar con estos sistemas para centrarte en la investigación, en buscar ideas originales y en perfeccionar el estilo del texto



# La IA generativa y el riesgo de plagio



Para saber por qué la IA generativa no implica un riesgo de plagio significativo, primero hay que conocer el mecanismo que subyace a esta tecnología. La IA se entrena mediante el consumo de una gran parte de la información de Internet, pero no extrae simplemente frases y reproduce lo que lee, sino que aprende del lenguaje natural y organiza las palabras más probables en un orden lógico.

Por ejemplo, Jasper ha implementado medidas de protección que, [según su propia documentación](#), reducen la probabilidad de plagio:

W

No hay que preocuparse por el plagio del contenido que ya está en Internet ni por obtener el mismo contenido que otros usuarios de Jasper, ya que aunque introduzcas exactamente la misma solicitud que otra persona, lo cual es poco probable, es casi seguro que Jasper no generará el mismo resultado. Aun así, hemos incluido un comprobador de plagio en nuestra herramienta para mayor tranquilidad, y ha demostrado que, de los mil millones de palabras escritas por Jasper, el 99,98% eran totalmente originales.

Si se detecta plagio en un artículo, suele ser porque la persona a cargo de la redacción del material extrajo información de Internet y olvidó cambiarla o eliminarla.

# Cómo incorporar la IA en tu equipo

Incorporar la IA en tu equipo de marketing puede tener consecuencias importantes e inmediatas en su productividad y en la velocidad de publicación de contenido. Si bien la tecnología en sí no es difícil de usar, debes invertir el tiempo y los recursos necesarios para dar con la mejor forma de utilizarla, así como definir el papel que los diferentes equipos tendrán a la hora de integrarla en los procesos creativos de tu empresa.



## Integra la IA en tu flujo de trabajo

El objetivo de la IA generativa es reducir el tiempo que lleva crear contenido, por lo que puedes usar una [extensión de navegador](#) o plataformas de contenido para integrar esta tecnología directamente en los sistemas con los que trabaja tu equipo.



## Organiza una sesión de formación

Como ya mencionamos, usar la IA es sumamente fácil, pero hacerlo correctamente requiere formación, experiencia e interés. Con independencia de que uses esta guía para formar a tu equipo o lo inscribas en un programa de formación gratuito de [IA para empresas](#), implementar un proceso de incorporación ayudará a tu equipo a usar esta tecnología de la forma más eficiente y responsable. Al igual que sucedió con la fotografía digital, usar la IA generativa con eficiencia para obtener buenos resultados es una habilidad creativa que lleva tiempo desarrollar.



## Monitoriza los resultados

Todas las empresas deben monitorizar el rendimiento de la IA en sus procesos. Por ejemplo, puedes consultar el promedio de horas que se ahorran en la generación de cada recurso, evaluar la calidad del contenido generado, averiguar si esta tecnología está mejorando la clasificación en la búsqueda y determinar los resultados que generan las distintas variantes de los anuncios. La IA es un ámbito completamente nuevo en el que conviene aventurarse cuanto antes, ya que dominarlo antes que nadie para adaptarse lo más rápidamente posible a las nuevas tendencias puede suponer una gran ventaja competitiva.

# Conclusión: Esto es solo el principio

La historia ha demostrado que, siempre que derribamos una barrera creativa, surgen períodos de inmensa productividad, y es innegable que la IA generativa tiene el potencial de revolucionar el desarrollo de ideas y la creación de contenido.

Aunque todavía queda mucho por aprender y por perfeccionar, y aunque todavía tenemos que definir las directrices de uso de la IA generativa, esta tecnología ya está cambiando significativamente la forma en que los equipos de contenido trabajan, y condicionando profundamente el crecimiento de las empresas.

## ¿Quieres probar la IA generativa?

Jasper es una plataforma de inteligencia artificial que ayuda a equipos de marketing y de ventas a superar bloqueos creativos, generar imágenes originales y reutilizar contenido en distintos formatos, tonos e idiomas.

[Probar Jasper gratis](#)

## Potente CRM todo en uno y software de ventas para equipos

La plataforma CRM de HubSpot incluye todas las herramientas e integraciones que necesitas para tus estrategias de marketing, ventas, gestión de contenido y servicio al cliente. Empieza a usarla gratis.

[Probar el CRM de HubSpot](#)