



CÓMO CONTRIBUYE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LA CREACIÓN DE CONTENIDO CIENTÍFICO

Ya es una realidad: la Inteligencia Artificial (IA) ha llegado para quedarse. Ha pasado de ser una mera propuesta futurista a convertirse en un recurso esencial que redefine nuestra vida cotidiana.



MARIA GUILLOT FERRIOLS, PhD

Scientific & Medical Writer en Simbionte - Digital Growth for Biotech.

Las nuevas herramientas basadas en IA están revolucionando todos los sectores. ¿Por qué no aprovechar su potencial para unir dos mundos, ciencia y comunicación, que tradicionalmente no se han llevado bien? Cuando, además, entran en la ecuación los canales digitales para comunicar resultados e impactar en la sociedad, esta combinación resulta abrumadora.

La importancia de la estrategia para comunicar ciencia en canales digitales

Son muchos los científicos que mantienen una actitud escéptica sobre la comunicación científica a través de plataformas digitales, especialmente de las redes sociales.

La falta de recursos y conocimiento, la superficialidad, la falta de profesionalidad asociada a estos canales y el temor a la exposición limitan la presencia de profesionales de nuestro sector en redes. Sin embargo, su **uso consciente y consistente** nos acerca a objetivos como la atracción de talento, la inversión y nuevos colaboradores.

Contar con una **estrategia de contenidos**, en otras palabras, un plan efectivo de comunicación en redes sociales, puede suponer un punto de inflexión. El reto de crear y compartir contenido a través de estos canales nos invita a reflexionar y buscar respuestas sobre:

- Cuál es nuestro **objetivo**.

• Quién constituye nuestra **audiencia**, es decir, a quién podemos aportar valor.

• Qué **tipo de contenido**, agrupado en grandes bloques o pilares, vamos a generar para cumplir con las dos cuestiones previas.

•Cuál es la **frecuencia** que permite lograr el máximo impacto sin degradar la calidad y consistencia del contenido.

La creación de una estrategia de contenidos es una inversión a largo plazo. Un plan definido de acuerdo con objetivos concretos nos permite ser consistentes y adquirir visibilidad y autoridad. En este contexto, **la IA es nuestra gran aliada**.

El uso de la Inteligencia Artificial para generar ideas y desarrollar contenidos científicos

La IA generativa representa la vanguardia de esta tecnología. Consiste en la creación de contenido nuevo y original mediante el uso de algoritmos y modelos matemáticos, utilizando la imitación, combinación o extrapolación de los datos de los que dispone y que se han empleado para entrenarla. ChatGPT es el ejemplo más conocido de IA generativa; sin embargo, existen miles de opciones con funciones específicas.

El primer consejo para sacar el mayor partido posible a la IA generativa es la redacción de un buen *prompt*.



Este término hace referencia al conjunto de instrucciones necesarias para guiar la generación de la respuesta. Los *prompts* deben contener suficiente información para que el modelo pueda entender qué tipo de réplica se espera, alineando su producción con las expectativas del usuario. Cuanto más preciso sea el *prompt*, más precisa será la respuesta.

Un *prompt* adecuado incluye 6 elementos: un verbo de acción para definir la tarea que debe realizar el modelo, un contexto, la persona en quien se debe convertir el modelo para generar la respuesta, algunos ejemplos de lo que desea obtenerse, un formato y un tono (en el caso de la generación de texto).

Con la IA generativa podemos agilizar tanto la creación de la estrategia como de sus contenidos. Podemos obtener cientos de ideas de contenidos en minutos, lo que nos permite dedicar más tiempo a perfeccionar los conceptos y menos a crearlos desde cero.

La **generación de texto** es una solución para superar el **bloqueo de la página en blanco**, un desafío común entre académicos y científicos que se enfrentan por primera vez a la producción de contenido en redes. Los modelos lingüísticos basados en IA ofrecen una forma innovadora de romper este bloqueo al proporcionar **puntos de partida, temas para tratar en redes, y textos preliminares** que podemos desarrollar y adaptar a nuestras necesidades. Las herramientas de IA generativa permiten **generar texto desde cero** sobre un tema en concreto, o bien **adaptar una información previamente seleccionada al formato y la extensión** de cada una de las redes sociales.

Del mismo modo, podemos utilizar la IA para **generar imágenes** que acompañen el contenido. La inclusión de elementos visuales en las publicaciones en redes sociales es fundamental para captar la atención de la audiencia y mejorar la efectividad de la comunicación. Las piezas de contenido que incluyen elementos visuales tienden a generar más interacciones, fortaleciendo la conexión con la audiencia.

Desafíos y consideraciones éticas sobre Inteligencia Artificial y generación de contenido

El uso de la IA para la generación de contenido conlleva un debate ético que abarca desde la propiedad intelectual hasta la falta de originalidad, y plantea importantes desafíos. ¿Quién posee los **derechos del contenido** generado mediante IA? Si esta tecnología se entrena con obras y textos protegidos por derechos de autor, ¿dónde está el límite de la legalidad? ¿Es justo emplear este contenido para crear nuevo?

Por ello, su uso para la generación de textos debe ser tomado como un punto de partida desde el cual construiremos nuestra historia, aportando nuestro toque personal.

El contenido en redes sociales es un reflejo de quiénes somos, de aquello que queremos transmitir. Las herramientas de IA tienden a abusar de ciertas estructuras en las oraciones, así como de verbos y sustantivos que se repiten en la mayoría de sus producciones. En un contexto digital en el que se publican miles de piezas de contenido al minuto, **la audiencia premia la autenticidad**. Generar contenido mediante IA en el que su uso resulta evidente puede tener un impacto negativo en el alcance.

Además, cuando hablamos de contenido científico, la IA puede **carecer de la profundidad y la intuición** que caracterizan las obras humanas. Por eso, nuestra intervención es siempre necesaria. Nadie mejor que nosotros sabe qué es interesante para nuestro público objetivo o cuáles son las mejores fuentes de información.

A pesar de los debates éticos que puedan surgir en torno a su uso y regulación, a medida que avanzamos hacia un futuro impulsado por la IA, es esencial abrazar su aparición y aprovechar al máximo su potencial. Aunque el temor es razonable, ya que hemos escuchado en incontables ocasiones que está aquí para robarnos el trabajo, nos ofrece una excelente plataforma para optimizarlo. Ya sabes lo que dicen, ¡renovarse o morir!