

IA generativa para gabinetes de comunicación universitaria

Iris Domínguez Catena
Alex Salvatierra Vettore

Departamento de Estadística, Informática y Matemáticas
Institute of Smart Cities
ARIN. Artificial Intelligence and Machine Learning Research
Universidad Pública de Navarra

upna

Universidad Pública de Navarra
Nafarroako Unibertsitate Publikoa

arin

Artificial Intelligence &
Machine Learning Research

Recursos disponibles en

irisdominguez.es

Introducción a la IA generativa	2
Generación de texto institucional	21
Recursos visuales y contenido interactivo	30
Agentes personalizados para gabinetes	45
Cierre	55

Introducción a la IA generativa

¿Como hemos llegado a la IA generativa?

Programación clásica

Sigue reglas explícitas.

*Si aparece «inscripción»,
clasifica como convocatoria.*

Funciona bien cuando el problema está perfectamente definido.

Aprendizaje automático

Aprende patrones a partir de ejemplos.

Textos clasificados, imágenes etiquetadas, correos marcados como spam, traducciones...

No recibe todas las reglas: las infiere de los datos.

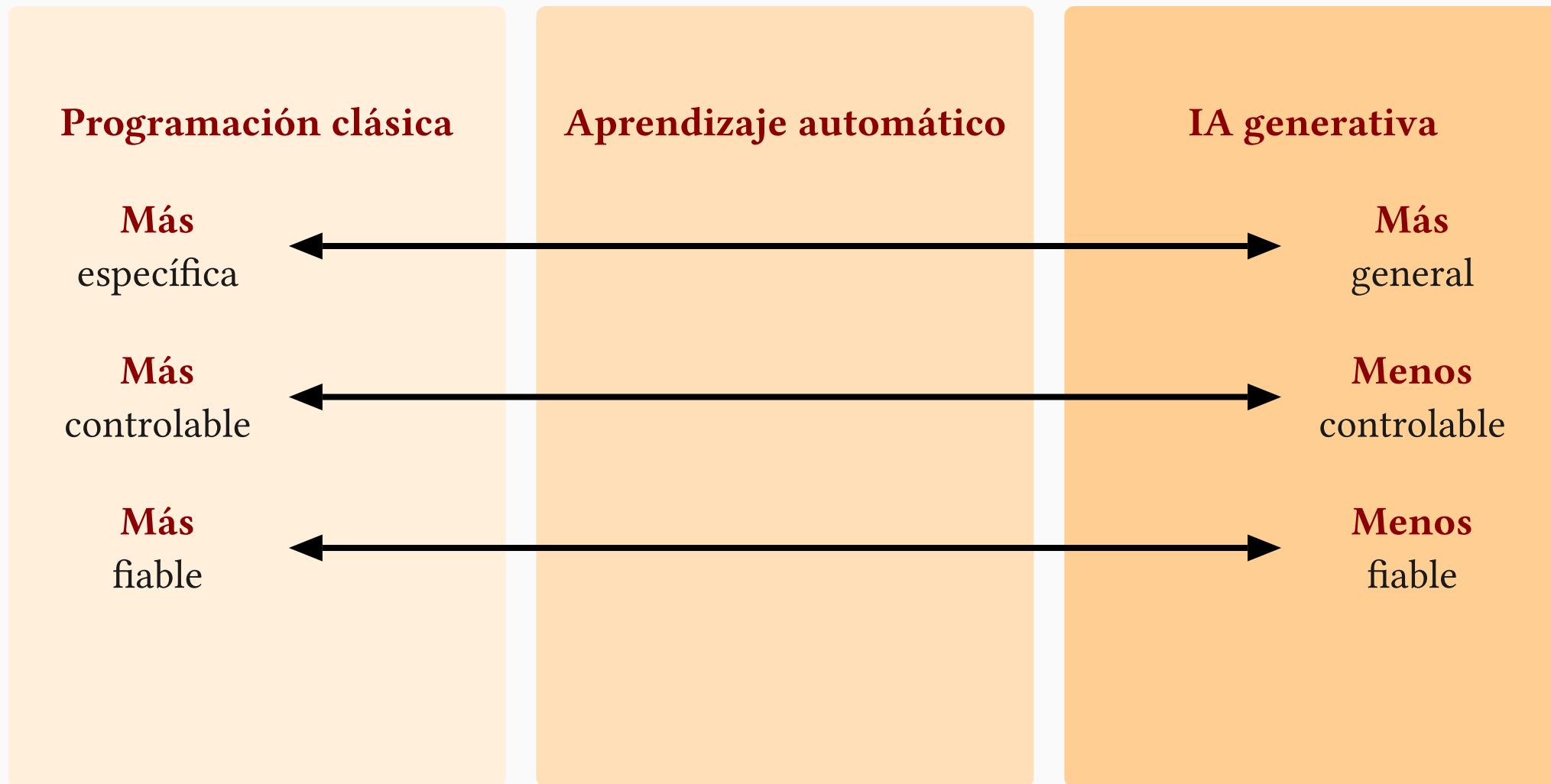
IA generativa

Produce contenido nuevo a partir del contexto.

Texto, imágenes, audio, vídeo, código o piezas web.

Genera continuaciones probables, no verdades garantizadas.

¿Como hemos llegado a la IA generativa?



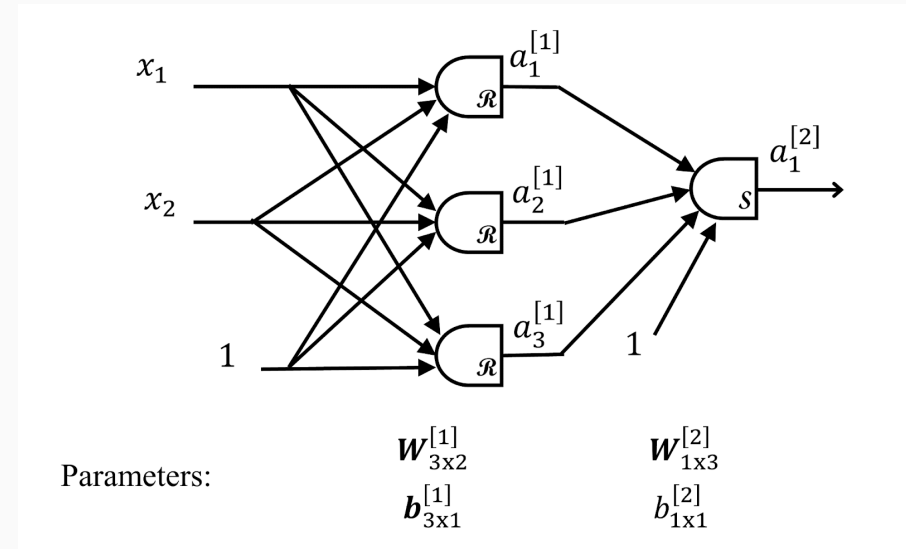
LLM: grandes modelos de lenguaje

Grandes Modelos de Lenguaje (LLM): funciones matemáticas complejas que, dado un texto de entrada, predicen qué continuación es más probable.

Características

- Millones o billones de parámetros numéricos.
- Entrenamiento con cantidades masivas de texto.
- Aprenden relaciones estadísticas entre palabras, temas, géneros y estilos.

No guardan una copia fiable de «la verdad»; aprenden patrones de lenguaje.



Fuente: [Towards Data Science](#)

Si un modelo aprende relaciones entre palabras, también puede usarlas para generar texto nuevo.

Antes: analizar

Texto completo → categoría

«*Se abre el plazo de inscripción...*»

→ convocatoria

Ahora: generar

Contexto o texto incompleto → continuación

«*La jornada contará con...*»

→ una propuesta de redacción

Este salto explica a la vez su utilidad y su riesgo: completa huecos con lenguaje plausible.

Cómo generan texto los LLMs

1. Entrada o contexto

«La jornada se celebrará en»

2. El modelo predice continuaciones probables

- «Pamplona» (40%)
- «el campus» (25%)
- «la universidad» (15%)
- «Madrid» (5%)
- ...

3. Se escoge una continuación

→ «Pamplona»

4. Se incorpora al contexto

«La jornada se celebrará en Pamplona»

5. Se repite el proceso

palabra tras palabra, frase tras frase.

**Cada palabra se genera mirando las anteriores.
El modelo sabe qué dijo, pero no por qué lo dijo.**

Qué hacen y qué no hacen

- **No son máquinas precisas:** tratan números, fechas y nombres como parte del texto.
- **No saben qué saben:** pueden responder con seguridad aunque les falte información.
- **No aprenden de forma continua:** su conocimiento base tiene fecha de corte.
- **Buscar no es verificar:** algunas herramientas consultan la web, pero la fuente sigue necesitando revisión.

Los LLMs son muy buenos imitando lenguaje plausible.

Que digan verdades es puramente accidental.

Redactar

- transformar datos en texto;
- ordenar ideas;
- adaptar estilo, tono y longitud.

VS

Razonar

- estructurar información;
- detectar huecos o contradicciones.

Buscar

- localizar información si la herramienta tiene acceso;
- usar documentos, enlaces o web.

VS

Verificar

- comprobar en fuente oficial;
- validar nombres, cargos, fechas, cifras y enlaces.

La herramienta hace todo lo que puede,

Redactar

- transformar datos en texto;
- ordenar ideas;
- adaptar estilo, tono y longitud.

VS

Razonar

- estructurar información;
- detectar huecos o contradicciones.

Buscar

- localizar información si la herramienta tiene acceso;
- usar documentos, enlaces o web.

VS

Verificar

- comprobar en fuente oficial;
- validar nombres, cargos, fechas, cifras y enlaces.

La herramienta hace todo lo que puede, y lo que no puede también.

1. Falta de replicabilidad

- Las respuestas varían debido al contexto y a la naturaleza probabilística del modelo.
- La misma pregunta puede generar respuestas diferentes.

1. Falta de replicabilidad

- Las respuestas varían debido al contexto y a la naturaleza probabilística del modelo.
- La misma pregunta puede generar respuestas diferentes.

2. Rendimiento variable según idiomas

- Mayor precisión en inglés y español.
- Menor rendimiento en euskera, gallego, catalán, etc.
- La traducción directa suele funcionar mejor.

Limitaciones generales de los LLMs

1. Falta de replicabilidad

- Las respuestas varían debido al contexto y a la naturaleza probabilística del modelo.
- La misma pregunta puede generar respuestas diferentes.

2. Rendimiento variable según idiomas

- Mayor precisión en inglés y español.
- Menor rendimiento en euskera, gallego, catalán, etc.
- La traducción directa suele funcionar mejor.

3. Fuentes de contexto

- El modelo no está al día de todo.
- Los resultados de Internet mezclan fuentes fiables y no fiables.

Limitaciones generales de los LLMs

1. Falta de replicabilidad

- Las respuestas varían debido al contexto y a la naturaleza probabilística del modelo.
- La misma pregunta puede generar respuestas diferentes.

2. Rendimiento variable según idiomas

- Mayor precisión en inglés y español.
- Menor rendimiento en euskera, gallego, catalán, etc.
- La traducción directa suele funcionar mejor.

3. Fuentes de contexto

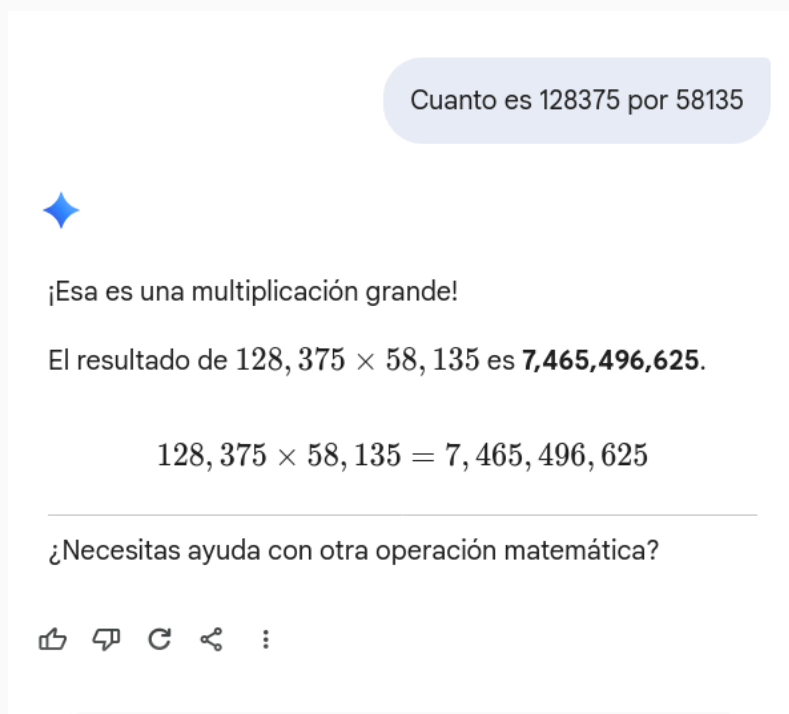
- El modelo no está al día de todo.
- Los resultados de Internet mezclan fuentes fiables y no fiables.

4. No es una calculadora

- Puede aproximar cálculos, pero no realiza operaciones matemáticas de forma exacta o fiable.

No es un androide

Para un LLM, «123» es texto, no un número. No conecta nuestras palabras con los cálculos que hace un ordenador.



Cuanto es 128375 por 58135

✦

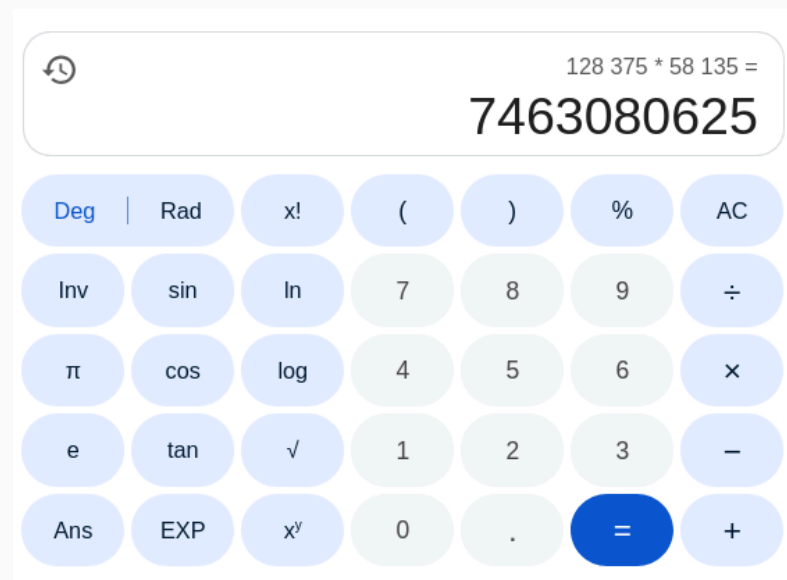
¡Esa es una multiplicación grande!

El resultado de $128,375 \times 58,135$ es **7,465,496,625**.

$$128,375 \times 58,135 = 7,465,496,625$$

¿Necesitas ayuda con otra operación matemática?

👍 🗨️ 🔄 📄 ⋮



128 375 * 58 135 =

7463080625

Deg | Rad | x! | (|) | % | AC

Inv | sin | ln | 7 | 8 | 9 | ÷

π | cos | log | 4 | 5 | 6 | ×

e | tan | √ | 1 | 2 | 3 | -

Ans | EXP | x^y | 0 | . | = | +

Respuesta plausible

- bien escrita;
- ordenada;
- con tono institucional;
- aparentemente convincente;
- **pero potencialmente falsa.**

En comunicación institucional, el problema no es solo escribir bien: un texto puede estar perfectamente redactado y ser institucionalmente incorrecto.

[☞ Lista de lectura de verano del Chicago Sun Times](#)

Alucinaciones: el problema principal

¿Qué son?

Los LLMs pueden inventar información que suena convincente cuando no tienen datos suficientes o cuando mezclan patrones aprendidos.

Alucinaciones frecuentes

- fechas o lugares inventados;
- cargos antiguos o incorrectos;
- proyectos o entidades mezcladas;
- cifras estimadas;
- citas atribuidas sin fuente;
- enlaces inexistentes.

Especialmente delicado en

- temas de nicho;
- datos numéricos;
- información reciente;
- referencias y enlaces;
- **declaraciones.**

Qué se sabe del asesinato de Charlie Kirk?

◆ Ver razonamiento ▼

El asesinato del activista político conservador **Charlie Kirk** ocurrió el **10 de septiembre de 2025**, mientras se encontraba dando una charla en el campus de la **Universidad del Valle de Utah** (Utah Valley University) en **Orem, Utah**, Estados Unidos. [🔗](#)

Aquí están los detalles principales que se conocen:

- **La Víctima:** Charlie Kirk era un activista político conservador, autor y personalidad mediática estadounidense, cofundador y director ejecutivo de la organización juvenil **Turning Point USA** (TPUSA) y un aliado clave del expresidente Donald Trump. Murió a los

Es real el vídeo donde disparan a Charlie Kirk, o solo un meme?

◆ El vídeo donde supuestamente disparan a Charlie Kirk (un activista y comentarista político estadounidense, fundador de Turning Point USA) **no es real**; se trata de un **meme o contenido satírico/ficticio** que ha circulado en redes sociales y plataformas como YouTube.

Los resultados de la búsqueda sugieren que existen varios vídeos con títulos sensacionalistas que implican que fue asesinado o le dispararon, pero Charlie Kirk está vivo y sigue activo en los medios y la política. Este tipo de vídeos a menudo utilizan nombres de figuras públicas para crear contenido viral o satírico, o se basan en noticias falsas o rumores que son desmentidos por la realidad.

Para qué usarlos en comunicación

Son muy útiles para la **forma** si el fondo está controlado.

Usos adecuados

- transformar información;
- resumir documentos;
- ordenar notas;
- adaptar tono y canal;
- generar variantes;
- detectar huecos o inconsistencias.

Usos peligrosos

- fuente primaria de información;
- búsqueda de datos online;
- redactar desde cero sin datos;
- atribuir declaraciones;
- validar cifras.

Prompt débil

```
Redacta una noticia sobre una jornada universitaria de inteligencia artificial organizada por una cátedra.
```

Riesgo: completará huecos con nombres, objetivos, fechas o entidades plausibles.

Prompt controlado

```
Redacta una noticia solo con estos datos confirmados. No inventes fecha, lugar, cargos, cifras ni declaraciones. Si falta algo, marca «pendiente de confirmar».
```

Resultado esperado: borrador útil + lista de datos pendientes.

La IA es muy buena con la forma.

El fondo debe venir de datos, documentos, fuentes y revisión humana.

- Si emplea fuentes propias, revisad cuales ha seleccionado (blogs vs webs de noticias).
- Emplead fuentes explícitas si las tenéis.
- Revisad y recalculad datos numéricos.
- Revisad fechas, comprobad el origen del dato.
- Reemplazad manualmente toda cita textual. **NO ES FIABLE.**

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.

Resume brevemente el artículo científico que he adjuntado.

- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.
- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.
- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.
- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.
- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Cómo hablar con la IA

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.
- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.

Siguiendo este ejemplo de nota de prensa:

```\n

La Universidad Pública de Navarra (UPNA) presenta este sábado, 23 de mayo,...

```\n

Redacta una nueva sobre...

- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.
- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.
- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.
- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Cómo hablar con la IA

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.
- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.
- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.

Extrae y lista todos los datos concretos y hechos factuales de este artículo.

Empleando los hechos factuales que te adjunto, elabora un pequeño texto divulgativo (2 párrafos) para incluir en una nota de prensa, a modo de contexto científico para gente no experta.

- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.
- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.
- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Cómo hablar con la IA

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.
- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.
- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.
- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.

Empleando los hechos factuales que te adjunto, elabora un pequeño texto divulgativo (2 párrafos) para incluir en una nota de prensa, a modo de contexto científico para gente no experta.

Empleando los hechos factuales que te adjunto, elabora un pequeño texto divulgativo (2 párrafos) para incluir en un material de comunicación para una charla de 30 de la ESO.

- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.
- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Cómo hablar con la IA

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.
- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.
- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.
- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.
- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.

```
Genera una versión algo más informal y amable.
```

- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Cómo hablar con la IA

- **Añade contexto:** incluye texto, imágenes, documentos o enlaces.
- **Da ejemplos de formato:** indica cómo quieres que sea la respuesta.
- **Divide y vencerás:** separa las tareas complejas en pasos claros.
- **Personaliza tono y nivel:** adapta la respuesta a tu público o situación.
- **Repite y refina:** puedes regenerar, aclarar o pedir otra versión.
- **Sé positivo y concreto:** las instrucciones positivas son más claras y directas.

Genera un texto breve.

Genera un texto breve en 4 párrafos: uno de introducción al tema, breve, luego 2 que desarrollen la novedad del método, y un párrafo de cierre final que anime al lector a asistir a la charla que se impartirá.

Claves de un buen prompt

Un prompt efectivo tiene tres componentes principales:

1. Instrucción

Qué quieres que haga

«Crea un borrador de una nota de prensa...»

2. Contexto

Información relevante

«...utilizando la información del artículo en PDF y de esta web institucional (URL)...»

3. Formato

Cómo quieres la respuesta

«...siguiendo el tono de estas dos notas de prensa anteriores.»

Prompt = Instrucción + Contexto + Formato

Misma conversación

Útil para una campaña o evento:

- conserva contexto;
- mantiene coherencia;
- permite iterar estilo;
- facilita piezas derivadas.

⚠ Mantén limpio tu contexto ⚠

Conversaciones separadas

Útil para temas distintos:

- evita arrastrar contexto;
- reduce mezclas;
- permite comparar enfoques;
- ayuda a detectar sesgos del hilo.

Generación de texto institucional

De datos brutos a comunicación publicable

Queremos procesar *texto de entrada* (emails, webs, PDFs...) en *salidas útiles* (noticias, notas de prensa, publicaciones para redes, etc.).

La clave muchas veces será transformar los datos de entrada:

- PDFs, Documentos Word, Powerpoint... Los LLMs los procesan siempre como **texto plano**.
- Las páginas web también son procesadas para dejar solo el **texto**.

Además, los textos generales tienen mucho ruido: metáforas, decisiones estilísticas, detalles irrelevantes... que podemos eliminar. Buscamos un contexto **limpio** y **denso**.

1. Ordenar

Extraer ficha:

- qué;
- quién;
- cuándo;
- dónde;
- por qué;
- para quién.

1

2. Redactar

Crear primer borrador:

- estructura;
- entradilla;
- cuerpo;
- contexto;
- cierre.

2

3. Adaptar

Convertir a:

- web;
- LinkedIn;
- X;
- Instagram;
- newsletter;
- cartel.

3

Prompt 1: ordenar antes de escribir

Podemos pedirle a la IA que procese y extraiga la información base. Recordad que hay que revisarla, y que podemos completarla a mano.

A partir de la siguiente información:

1. Extrae una ficha estructurada.
2. Separa datos confirmados, datos dudosos e información pendiente.
3. No inventes fechas, cargos, cifras, declaraciones ni enlaces.

Prompt 2: redactar noticia o nota de prensa

Este tipo de fichas son el contexto base ideal. Simples, densas, y verificadas.

Empleando exclusivamente los datos de la ficha adjunta, redacta una noticia web institucional.

Requisitos:

- tono claro, sobrio y divulgativo;
- titular informativo, no sensacionalista;
- entradilla de 2-3 líneas;
- cuerpo con contexto y utilidad pública;
- no incluyas citas literales, solamente marca donde las incluirías si lo consideras oportuno;
- al final añade una checklist de verificación editorial.

Misma información, distintos usos

- noticia web;
- nota de prensa;
- LinkedIn;
- X;
- Instagram;
- newsletter;
- cartel.

Cada canal exige longitud, tono y estructura diferentes.

A partir de la noticia anterior, genera una versión para:

- LinkedIn: tono profesional y divulgativo.

A partir de la noticia anterior, genera una versión para:

- X: 2 opciones breves.

A partir de la noticia anterior, genera una versión para:

- Instagram: texto cercano, sin perder rigor.

A partir de la noticia anterior, genera una versión para:

- Newsletter: asunto + entrada.

A partir de la noticia anterior, genera una versión para:

- Cartel: título, subtítulo y datos clave.

Tonos útiles

- institucional;
- divulgativo;
- cercano;
- técnico;
- breve;
- orientado a prensa;
- orientado a redes.

Cambiar el tono no autoriza a cambiar los hechos.

La IA puede añadir logros, promesas, impactos o declaraciones no aportadas. Hay que revisar cada nueva versión del texto.

[🔗 DiffChecker.com](https://www.diffchecker.com) (existen herramientas similares de escritorio)

Reescribe este texto en tono divulgativo para público general. Mantén todos los datos. No añadas información nueva. Si alguna frase queda incompleta por falta de contexto, márcala.

Con ejemplos previos

Pasar al modelo 2-3 textos reales o ficticios del gabinete:

- noticia web;
- post de LinkedIn;
- nota de prensa;
- convocatoria de evento.

Se puede pedir primero un análisis de estilo, para evitar «contaminar» el contexto.

Analiza estos ejemplos. Extrae:

- tono;
- longitud;
- estructura;
- vocabulario habitual;
- nivel de formalidad;
- cosas que conviene evitar.

Después redacta una nueva noticia siguiendo ese estilo, sin inventar datos.

Qué probar

- pegar datos;
- subir documentos;
- aportar enlaces¹
- pedir citas o referencias;
- comprobar cuándo la herramienta cita y cuándo no.

Regla: una cita solo se publica si el gabinete puede comprobarla.

¿Cuándo nació Joseba Asirón?

Joseba Asiron nació el 14 de abril de 1962 en Pamplona. [Wikipedia](#)

Una fuente mostrada por la herramienta no sustituye la verificación editorial.

¹  ¡Comprueba que realmente esté accediendo al enlace!

Recursos visuales y contenido interactivo

Imagen

Buena para:

- portadas;
- fondos;
- conceptos visuales;
- bocetos de cartel;
- ideas para redes.

Web interactiva

Mejor para:

- datos;
- tablas;
- gráficos;
- timelines;
- FAQ;
- piezas reutilizables en web.

La imagen puede ser más llamativa. La web interactiva puede ser más auditable.

Herramientas

- GPT Image;
- Gemini / Nano Banana;
- generadores integrados en suites o apps.

Usos recomendables

- imagen conceptual;
- portada genérica;
- inspiración para diseño;
- moodboard visual;
- mockup no final.

La imagen generada funciona mejor como apoyo visual que como pieza final con datos cerrados.

Cuanto más importante sea el texto o la cifra, menos conviene encerrarlo en una imagen generada.

Cuidado con representar

- personas reales;
- edificios concretos;
- escenas inexistentes;
- uniformes, logos o marcas.

Cuidado con el texto

- errores tipográficos;
- datos deformados;
- fechas mal copiadas;
- logos incorrectos;
- porcentajes o gráficos inventados.

Para carteles finales, revisar siempre texto, logos, accesibilidad y derechos de uso.

Imagen: dos encargos distintos

Poster con información

- concentra la información principal;
- incluye texto, fecha y lugar;
- parece listo para publicar;
- exige revisión editorial y visual.

Portada visual

- usa poco texto;
- funciona como cabecera o fondo;
- deja los datos fuera de la imagen;
- es más útil como inspiración.

Ejemplos de imagen generada

Poster con información



Visual con poco texto



Mismo evento, dos encargos: cuanto más texto y datos incluye la imagen, más revisión exige.

Formatos útiles

- landing de un evento;
- timeline de un proyecto;
- FAQ navegable;
- programa con filtros;
- mapa o recorrido;
- infografía con gráficos.

Cuándo merece la pena

- hay datos o tablas;
- interesa explorar o comparar;
- el contenido puede actualizarse;
- conviene auditar cifras y fuentes.

La interacción debe ayudar a entender, filtrar o comprobar la información.

Chat / LLM

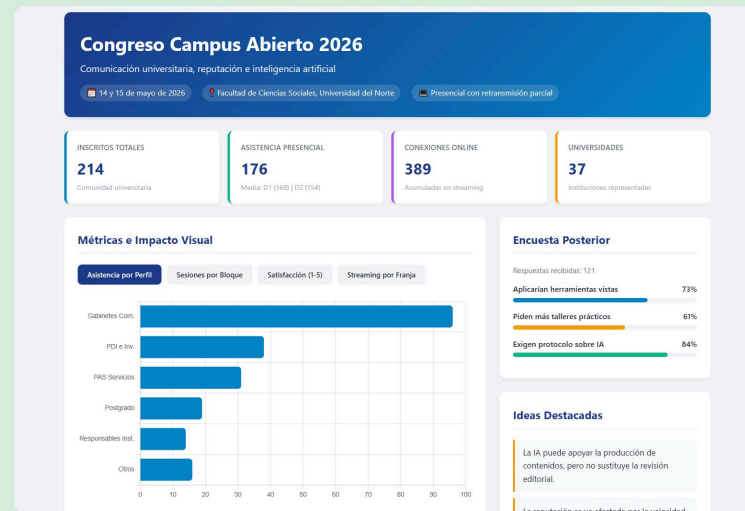
- Gemini, ChatGPT o Claude pueden devolver HTML, CSS y JavaScript directamente.
- Es práctico para piezas sencillas: gráficos, timelines, FAQ o landings pequeñas.
- Se prueba rápido en un visor o intérprete HTML.
- Es más fácil de copiar, revisar, incrustar o entregar.

Constructores web con IA

- Google AI Studio, Lovable, Bolt.new o v0.
- Crean prototipos web más potentes desde prompts.
- Pueden generar proyectos con framework, dependencias y varios archivos.
- Da más margen para interacción, estado, componentes y diseño.
- Desplegarlos, compartirlos o mantenerlos requiere más criterio técnico.

Si el código falla, también hace falta revisión técnica: la IA puede generar una pieza útil, pero no garantiza que compile, sea accesible o esté lista para producción.

HTML desde chat



Para publicar: revisar accesibilidad, fuentes, scripts e integración web.

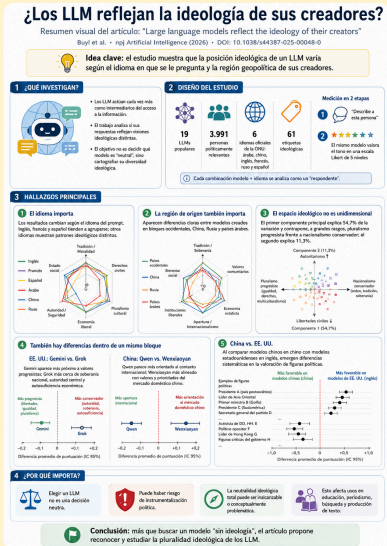
Infografía como imagen

- atractiva;
- rápida;
- difícil de auditar;
- puede deformar cifras;
- mala para correcciones finas.

Infografía web

- datos visibles y revisables;
- gráficos reproducibles;
- más fácil de corregir;
- puede incrustarse o entregarse al equipo web.

Artículo complejo · ChatGPT



Artículo complejo · Gemini



Sirven como inspiración visual, pero no como resumen fiable sin revisar conceptos, relaciones y texto.

Poster

Genera un cartel para este evento.
Debe tener estilo institucional, limpio y profesional.
Incluye la información que consideres relevante.

Portada visual

Genera una imagen de portada para este evento.
Debe tener un estilo institucional, limpio y profesional.
La imagen debe ser minimalista y no incluir textos o datos concretos, solo elementos visuales relacionados con el tema.

Prompt: infografía interactiva

Crea una infografía interactiva en HTML a partir de estos datos.

Requisitos:

- incluye tarjetas resumen;
- incluye gráficos interactivos;
- usa HTML, CSS y JavaScript en un único archivo.

Prompt: pieza web desde una noticia

A partir de esta noticia, crea una landing HTML sencilla.

Debe incluir:

- titular y entradilla;
- tarjetas de temas;
- programa o timeline;
- bloque FAQ;
- llamada a inscripción;
- versión responsive.

No añadas datos no presentes en la noticia.

Agentes personalizados para gabinetes

Prompt suelto

- funciona con lo escrito en ese mensaje;
- hay que repetir tono, límites y formato;
- se olvidan restricciones;
- cada persona formula distinto.

Asistente personalizado

- instrucción base guardada;
- contexto estable de estilo;
- tono más estable;
- flujo repetible;
- más fácil de compartir con el equipo.

Agente técnico = LLM + herramientas + bucle

El modelo decide usar una herramienta, observa el resultado y continúa.

Ejemplos claros en otros contextos:

- Codex / Claude Code: agentes de desarrollo que leen archivos, editan código, ejecutan comandos y revisan resultados.
- Hermes Agent / OpenClaw: agentes personales o autoalojados con memoria, herramientas, skills e integraciones.
- Flujos avanzados: combinan herramientas, memoria y pasos encadenados.

No lo confundimos con una simple automatización: aquí el modelo decide parte del siguiente paso según lo que observa.

En productos comerciales

A veces se llama agente a sistemas más sencillos:

- chats con instrucciones guardadas;
- asistentes con tono y reglas persistentes;
- prompts personalizados con herramientas de búsqueda;
- asistentes con acceso a documentos del usuario;
- flujos predefinidos para una tarea concreta.

Un asistente configurado permite repetir un flujo editorial con reglas estables.

No publica, no decide solo y no sustituye la revisión humana.

Chat normal

Le pido algo a la IA.

En un hilo nuevo, repito contexto y reglas.

Asistente

Parte de instrucciones guardadas.

Mantiene rol, tono, límites y ejemplos.

Agente técnico

Usa herramientas y bucle.

Ventaja: puede actuar, observar y corregir.

Capacidades útiles

- conservar instrucciones de estilo;
- separar confirmados y pendientes;
- adaptar una pieza a varios canales;
- usar documentos, enlaces o fuentes;
- devolver checklist editorial.

Qué no debe hacer

- inventar datos;
- publicar directamente;
- dar por buenas fuentes dudosas;
- mezclar temas de conversaciones anteriores;
- ocultar incertidumbre.

En Google Gemini, una Gem permite guardar instrucciones para tareas repetitivas.

Se configura una vez con:

- rol y ámbito;
- tono institucional;
- límites de verificación;
- formato de respuesta;
- ejemplos de estilo o contexto.

La ventaja no es que «sepa más» por sí sola.

La ventaja es que aplica siempre el mismo punto de partida: instrucciones, tono y criterios editoriales.

Objetivo

Ayudar a transformar información bruta de eventos, proyectos, jornadas o investigaciones en contenidos institucionales claros, rigurosos y adaptados a canales.

Nombre sugerido

Asistente de Comunicación Universitaria

Salidas esperadas

- ficha de información;
- noticia web;
- nota de prensa;
- redes sociales;
- newsletter;
- propuesta visual;
- checklist editorial.

Instrucción persistente

Eres un asistente de comunicación universitaria. Ayudas a ordenar fuentes y materiales de partida antes de redactar. No inventas fechas, cargos, cifras, nombres, declaraciones ni enlaces. Separas datos confirmados, dudas e información pendiente. Adaptas el texto al canal solicitado con tono claro, sobrio y divulgativo.

Contexto de estilo

Escribe como una noticia institucional universitaria: titular informativo, entradilla clara y cuerpo con contexto. Evita lenguaje publicitario. Si falta un dato necesario, márcalo como pendiente. No atribuyas citas si no se han proporcionado literalmente.

Idea: lo que antes se repetía en cada prompt queda fijado como contexto de trabajo.

Pasos internos

1. Recibir datos brutos.
2. Extraer ficha.
3. Detectar huecos.
4. Redactar.
5. Adaptar a canales.
6. Revisar riesgos.
7. Entregar checklist.

Salidas posibles

- noticia web;
- nota de prensa;
- LinkedIn / X / Instagram;
- newsletter;
- texto de cartel;
- propuesta visual;
- FAQ o landing HTML.

Cierre



- 1 La IA genera texto plausible; la veracidad se construye con datos y revisión.
- 2 El mejor flujo empieza por estructurar información antes de redactar.
- 3 Las imágenes sirven para ideación; los datos delicados funcionan mejor en HTML auditable.
- 4 Los asistentes personalizados convierten buenas instrucciones en un flujo reutilizable.

¡Gracias!

Preguntas

upna

Universidad Pública de Navarra
Nafarroako Unibertsitate Publikoa

arin

Artificial Intelligence &
Machine Learning Research