LECCIÓN 4.4 DE LA ACADEMIA BISO: UGC CON IA

UN UGC CON IA NO SE NOTA FALSO SI NO ES FALSO.

El UGC funciona porque no parece un anuncio. La IA permite fabricarlo a escala, y por eso la línea ética importa más que nunca. Esta guía es una muestra de la lección 4.4 de la Academia: las tres reglas, el método en siete pasos, los errores que lo delatan y el control antes de publicar.

SECCIÓN 01

Parece hecho por alguien común. Por eso funciona.

UGC quiere decir user generated content, contenido generado por el usuario. En publicidad es el contenido con estética de persona común: cámara de celular, luz natural, alguien hablando a cámara en su cocina, sonido imperfecto.

CLAVE

En el feed no se ve como un anuncio: se ve como la recomendación de alguien parecido a vos, y el cerebro baja la guardia. Es publicidad social-native: adopta los códigos del feed en vez de interrumpirlo.

ERROR COMÚN

Lo que se ve a plantilla: el guion de "yo era escéptico pero", dicho por un actor que nunca usó el producto.

SECCIÓN 02

Tres reglas.
Sin excepciones.

Con IA podés fabricar una persona que no existe diciendo que usa el producto, en diez idiomas, en una tarde. Un testimonio falso es una mentira, sea un actor o un avatar. Lo que cambia es que ahora es gratis.

01

Testimonios falsos, no.

Nadie que no exista o que no haya usado el producto diciendo que lo usó.

02

Personas reales con consentimiento, sí.

La fundadora, alguien del equipo, un cliente de verdad que firma.

03

La IA se declara siempre.

En la etiqueta de contenido sintético de la plataforma y en la caption. Las plataformas lo exigen.

NOTA

Así lo hacemos en nuestras propias piezas: etiqueta de IA de Instagram y la declaración en la primera línea de la caption. Sin carteles quemados en el video.

SECCIÓN 03

Un testimonial con avatar en siete pasos.

La IA produce la pieza más rápido y más barato. Quién habla, qué dice y qué se declara lo decide el criterio.

01 **Elegí quién habla.**

Real, que usó el producto, con permiso escrito para su cara y voz.

02 **Escribí el guion hablado, de 20 a 40 segundos.**

03 **Entrená el avatar con sus fotos, su video y su voz.**

04 **Producí los inserts de producto.**

Producto en uso, filmado con el celular o generado, pero fiel.

05 **Mantené la imperfección: celular, casa real, luz de ventana.**

06 **Declará.**

Etiqueta de contenido sintético y "hecho con IA" en la caption.

07 **Verificá contra la Campaign Bible.**

Mismo producto, misma paleta, mismo tono: UGC de esta marca.

SECCIÓN 04

Cinco partes en cuarenta segundos.

El guion de un UGC se escribe como se habla. Lo que lo vuelve creíble es un detalle que solo sabe alguien que usó el producto.

PLANTILLA Estructura del guion hablado

COPIÁ Y PEGÁ

```
GANCHO (primer segundo): [FRASE QUE FRENA EL SCROLL]
PROBLEMA: [LO QUE LE PASABA ANTES]
PRODUCTO EN USO: [CÓMO LO USA, CON EL PRODUCTO EN LA MANO]
DETALLE CONCRETO: [ALGO QUE SOLO SABE ALGUIEN QUE LO USÓ]
PEDIDO SUAVE: [QUÉ LE SUGIERE HACER A QUIEN MIRA]
```

Completá cada [VARIABLE] con lo que la persona dice de verdad. Entre 20 y 40 segundos en total.

NOTA

La plantilla ordena lo que la persona ya sabe. No sirve para hacerle decir algo que no vivió: eso es la regla uno.

SECCIÓN 05

Un avatar que habla sin romper el lip-sync.

En un testimonial el avatar habla a cámara. Estas reglas para la imagen base evitan que la boca y la cara lo delaten.

- [ ] Mirada al lente. Los perfiles quedan para cortes, no para hablar.
- [ ] Cara casi de frente: cuerpo hasta 20°, cabeza derecha, sin picados.
- [ ] Boca cerrada y relajada. Los labios entreabiertos confunden al lip-sync.
- [ ] Nada sobre la cara: ni manos en la boca, ni pelo, ni reflejos.
- [ ] Los dos ojos con luz: contraste máximo 3:1 y brillo en ambos.
- [ ] Fondo quieto: gente lejos y quieta, ningún texto legible.

LÍNEA DE PROMPT Piel real, no plástica

COPIÁ Y PEGÁ

```
FÍSICA DE PIEL Y ARREGLO: piel real, poros visibles, un brillo natural leve en la frente y el puente de la nariz, sin retoque.
```

Sumala a la descripción de la persona en la imagen base.

SECCIÓN 06

Es ella, es verdad y está declarado.

Nuestro ejemplo más honesto es el de Juan: su avatar publica todos los días con su cara, su voz clonada y sus ideas, declarado siempre. Lo que dice es suyo; lo que cambia es quién lo pronuncia.

01

La marca.

Una tónica hipotética de la clase. La fundadora no tiene tiempo de grabar tres videos por semana.

02

El consentimiento.

Con su autorización por escrito, se entrena su avatar.

03

La pieza.

Un testimonial de treinta segundos: ella en su cocina, contando por qué le bajó el azúcar a la receta, con el producto en la mano y un detalle que solo ella sabe.

04

La declaración.

La etiqueta de IA visible y la caption que lo dice.

CLAVE

Eso vende y se puede defender.

SECCIÓN 07

Lo que lo delata y el control.

El error más común tiene dos caras: el UGC perfecto y la clienta inventada.

ERROR	QUÉ PASA
UGC perfecto	Luz de estudio, guion impecable, avatar de catálogo. Es un comercial barato y el feed lo ignora.
Cliente inventado	Una cara generada que dice que usa el producto hace años. Es fraude, y cuando se descubre la marca paga más de lo que ahorró.
IA sin declarar	Rompe la regla tres.
UGC sin Campaign Bible	Pierde la marca.

Antes de publicar

- [ ] Tengo el consentimiento por escrito de la persona cuyo avatar usé.
- [ ] La persona conoce o usó el producto de verdad.
- [ ] El video lleva etiqueta de contenido sintético y declaración en la caption.
- [ ] El testimonial respeta la Campaign Bible.

LECCIÓN 4.4 · MUESTRA

Esto es el método. Falta producirlo.

@bistudio.ai

Lo que leíste es una muestra de la lección 4.4 de la Academia BISO. En el Módulo 4 producís tu propio testimonial UGC declarado y lo sumás a una campaña 360 para una marca.

Anotate en la 2ª generación de la Academia →

El equipo de BISO

INSTAGRAM
@bistudio.ai

WEB
biso.studio

EMAIL
hola@biso.studio