



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera

**Tecnología Superior en Comunicación para
Televisión, Relaciones Públicas y Protocolo**

MODALIDAD: INFORME TIPO TESIS

Previo a la obtención del título de:

**TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN COMUNICACIÓN PARA
TELEVISIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**

TEMA:

**Exploración de herramientas de Inteligencia Artificial aplicadas a la
Producción Audiovisual**

AUTORA:

María Fernanda Macías Ponce

TUTOR:

Dr. Julio César García, PhD.

**TEMA:****EXPLORACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
APLICADAS A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, MARÍA FERNANDA MACÍAS PONCE, portador de la cédula de ciudadanía No. 131053901-8, declaro que el presente informe tipo tesis, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual. Asumo que, la responsabilidad en lo referente a criterios y doctrinas que contenga el informe tipo tesis titulado "EXPLORACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADAS A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL", son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de este trabajo o parte de él, documento disponible para consultas, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



María Fernanda Macías Ponce
C.I. 131053901-8

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la carrera tecnológica de **Comunicación para Televisión, Relaciones Públicas y Protocolo** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna **MARÍA FERNANDA MACÍAS PONCE**, estudiante de la carrera tecnológica de Comunicación para Televisión, Relaciones Públicas y Protocolo, período académico 2025(2); cumpliendo las horas de tutoría reglamentarias, bajo la modalidad de **Informe Tipo Tesis**, cuyo tema es “EXPLORACIÓN DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADAS A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL”. Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 12 de enero de 2025

Lo certifico,



Julio César García Mg.

DOCENTE TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios, quien fue mi refugio en los momentos de cansancio, mi fortaleza en las dificultades y la luz que guió cada paso durante este proceso, permitiéndome no perder la fe y seguir adelante cuando parecía imposible. A mis hijos, mi razón más sincera para seguir luchando y el motivo de cada esfuerzo realizado. Su amor, comprensión y apoyo silencioso me dieron la energía para continuar aun en los días más difíciles. En especial a mi hijo Breynner quien se convirtió en mi sostén, mi impulso y mi esperanza constante para alcanzar esta meta hasta el final. Finalmente, esta dedicatoria es también para mí misma, por no rendirme cuando el camino fue duro, por levantarme tras cada obstáculo y por demostrarme que, aunque no fue fácil llegar a la meta, con fe, constancia y amor lo logré.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	9
Abstract	10
Capítulo I – Fundamentos	11
Introducción.....	11
Planteamiento del problema	12
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos	14
Capítulo II – Marco Teórico	15
Inteligencia artificial generativa: concepto y características	15
Producción audiovisual	17
Uso de la IA en el flujo de trabajo audiovisual	17
Las nuevas competencias IA para tecnólogos en comunicación	20
Capítulo III – Metodología	22
Capítulo IV – Resultados	27
Revisión de modelos SOTA de generación de imagen y video	27
Modelos Text-to-Image (texto a imagen)	27
Modelos Text-to-Video (texto a video)	33
Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de imagen y video	39
Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de música	43
Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de voz (speech)	45
Revisión de herramientas IA comerciales para la generación de avatares	47
Conclusiones	49
Referencias	51
Anexos	58
Anexo A – Prompt único utilizado para comparar modelos text-to-image.....	58

Resumen

En la producción audiovisual actual la inteligencia artificial avanza tan rápido que muchos estudiantes y equipos pequeños terminan confundidos entre tantas opciones, sin un criterio claro para escoger herramientas realmente útiles y sin descuidar temas sensibles como licencias, derechos y uso responsable. Por eso este trabajo tuvo como objetivo explorar herramientas de IA aplicadas a la producción audiovisual para identificar sus características, usos prácticos y beneficios en la optimización de tareas operativas y creativas. Su metodología fue cualitativa, exploratoria y documental con análisis descriptivo de páginas oficiales, fichas técnicas, planes de precios y documentación. Se contrastaron modelos de generación (por ejemplo, texto a imagen) mediante un *leaderboard* y se ejecutó un mismo *prompt* en varios modelos para mirar comparar las diferencias más evidentes en el resultado. Los hallazgos sugieren que clasificar las herramientas por funciones como imagen y video, música, voz y avatares, facilita tomar decisiones con más seguridad. Y es que muchas plataformas permiten prototipar con opciones gratuitas o de bajo costo, siendo esto útil para probar ideas sin tanta presión, aunque cuando se busca una producción más constante y con fines comerciales, normalmente se vuelve necesario contar con suscripciones, créditos y un control cuidadoso del presupuesto. La IA no reemplaza el criterio del realizador, pero sí acelera pruebas, recursos y procesos y obliga a fortalecer competencias como selección informada de herramientas, diseño de prompts y verificación ética y legal.

Palabras claves: automatización, inteligencia artificial generativa, producción audiovisual, prompts, video con IA

Abstract

In today's audiovisual production landscape, artificial intelligence is moving so fast that many students and small teams end up feeling overwhelmed by the sheer number of options, without a clear criterion for choosing tools that are genuinely useful, while also trying not to overlook sensitive issues such as licensing, rights, and responsible use. For that reason, this study aimed to explore AI tools applied to audiovisual production in order to identify their key features, practical uses, and benefits in streamlining both operational and creative tasks. The methodology was qualitative, exploratory, and documentary, grounded in a bibliographic and web-based review, with a descriptive analysis of official websites, technical datasheets, pricing plans, and documentation. To make the findings more concrete, generative models (for example, text-to-image) were reviewed through a leaderboard, and the same prompt was run across several models to take a closer look at the most noticeable differences in the results. The findings suggest that classifying tools by function such as image and video, music, voice, and avatars makes decision-making feel more confident and manageable. Many platforms allow prototyping through free or low-cost options, which is helpful for testing ideas with less pressure. However, when the goal is sustained production with commercial intentions, it usually becomes necessary to rely on subscriptions, credits, and careful budget control. AI does not replace the creator's judgment, but it does accelerate testing, resources, and workflows, and it pushes professionals to strengthen key skills such as informed tool selection, prompt design, and ethical and legal verification.

Keywords: automation, generative artificial intelligence, audiovisual production, prompts, AI video

Capítulo I – Fundamentos

Introducción

En los últimos años la inteligencia artificial (IA) dejó de ser un recurso que se reservaba a grandes empresas tecnológicas para instalarse en la mesa de trabajo de quienes producen contenidos audiovisuales. Antes se exigía un equipo técnico completo, hardware especializado y jornadas muy largas de edición, pero hoy puede resolverse con un portátil, conexión a internet y herramientas con IA integrada.

Así, por ejemplo, el software Filmora®, incorpora funciones como detección automática de escenas, corrección de color, recorte inteligente de objetos o ajuste del audio permitiendo que se reduzcan los tiempos de edición hasta en un 90% en algunos casos, automatizando también estas tareas que eran repetitivas (Aduriz Sarabia, 2025). Adobe® también empezó a introducir en Premiere® Pro herramientas de IA generativa que permiten extender clips, rellenar huecos y agilizar procesos complejos liberando así más tiempo para la parte creativa del montaje (Adobe, 2024).

Este cambio ya no es solamente técnico sino también cultural y profesional, con la IA entrando en distintas fases del flujo de trabajo audiovisual y modificando la forma en que se conciben y se organizan los proyectos. Investigaciones recientes sobre postproducción digital muestran que estas herramientas ya se utilizan para tareas como limpieza de audio, estabilización de imagen, rotoscopia, generación de fondos y ajustes finos de color en productos reales para cine y televisión, reconfigurando los tiempos y los perfiles profesionales dentro de los equipos (Dueñas Mohedas & Jiménez Alcarria, 2025).

Para nosotros como tecnólogos en formación este panorama se siente como una oportunidad enorme... pero también como una llamada de atención que no conviene ignorar. Por una parte la IA está abriendo la puerta a producciones más ágiles, personalizadas y accesibles incluso cuando el presupuesto es corto y toca ingeniárselas y eso emociona porque permite probar ideas que antes parecían lejanas. Pero por otro lado también nos exige ponernos al día, desarrollar nuevas competencias técnicas, entender mejor los flujos de trabajo híbridos entre lo humano y lo automatizado y tener criterios éticos y legales claros para decidir cómo, cuándo y hasta qué punto conviene usar estas herramientas sin cruzar límites innecesarios.

Por eso, este estudio propone explorar las soluciones de inteligencia artificial aplicadas a la creación audiovisual, con el propósito de reconocer sus funcionalidades, usos concretos y ventajas para mejorar tanto los procesos operativos como los creativos.

Planteamiento del problema

En la producción audiovisual actual la inteligencia artificial está avanzando más rápido de lo que muchos equipos creativos pueden asimilar. Informes recientes de la UNESCO sobre inteligencia artificial y cultura señalan que la rápida aceleración de la IA, especialmente la generativa, está transformando los ecosistemas culturales y las industrias creativas, pero al mismo tiempo abre preocupaciones sobre brechas digitales, derechos de autor y la protección del trabajo creativo humano (UNESCO, 2025). En Ecuador los diagnósticos sobre preparación en IA muestran grietas en infraestructura, formación y políticas claras, haciendo que muchos profesionales y estudiantes no tengan todavía una guía concreta para integrar estas tecnologías en su práctica (UNESCO, 2025). Estudios sobre postproducción digital

demuestran que la IA ya se usa para tareas como limpieza de imagen, etalonaje y generación de recursos visuales (Jironza Hidalgo, 2024), reduciendo tiempos y simplificando procesos que antes requerían mucha experiencia técnica (Dueñas Mohedas & Jiménez Alcarria, 2025).

En el aula y en pequeños proyectos de televisión, publicidad o contenidos para redes esto se traduce en un problema muy claro: que estudiantes y tecnólogos en formación siguen dedicando muchas horas a subtitular, limpiar audio, seleccionar tomas o adaptar formatos de manera manual sin aprovechar herramientas de IA que podrían automatizar parte de ese trabajo.

A esto hay que sumar la confusión ante la gran oferta de aplicaciones y la falta de criterios para elegir herramientas confiables, lo que puede llevar a pagar por soluciones poco útiles o a usar IA sin revisar aspectos éticos y legales (Aduriz Sarabia, 2025). Como consecuencia los futuros profesionales corren el riesgo de desperdiciar tiempo y recursos, quedar rezagados frente a colegas que sí dominan estas herramientas y en algunos casos enfrentarse a problemas de uso inadecuado de contenidos generados con IA.

Por eso se vuelve necesario explorar y filtrar qué herramientas de inteligencia artificial realmente ayudan a optimizar el flujo de trabajo en la producción audiovisual y cómo pueden integrarse de manera responsable en la formación tecnológica.

Objetivos

Objetivo General

- Explorar las herramientas de inteligencia artificial disponibles para la producción audiovisual, con el fin de identificar sus características, aplicaciones prácticas y beneficios en la optimización de los flujos de trabajo operativos y creativos.

Objetivos Específicos

- Identificar y clasificar las herramientas de inteligencia artificial relacionadas con la producción audiovisual (imagen, video y audio) que se encuentren actualmente disponibles
- Describir las principales ventajas, desventajas y rangos de costo de las herramientas seleccionadas, para evaluar de manera general su accesibilidad y posibilidades de uso en contextos formativos y profesionales.
- Describir de forma general cómo estas herramientas pueden integrarse como apoyo en el proceso de producción y edición audiovisual, especialmente en tareas operativas que consumen tiempo.

Capítulo II – Marco Teórico

En este apartado se abordan algunos conceptos clave relacionados con el tema del estudio. En primer lugar, se realiza una aproximación conceptual a la inteligencia artificial generativa y a las características que la han convertido en una herramienta clave para la generación de textos, imágenes, sonidos y secuencias de video. Posteriormente, se revisa la estructura tradicional de la producción audiovisual, con el fin de situar el contexto técnico y creativo en el que estas tecnologías se integran. Finalmente, se aborda la idea de automatización del flujo de trabajo audiovisual utilizando herramientas de IA y como esto está suponiendo el desarrollo de nuevas habilidades en los futuros tecnólogos en comunicación.

Inteligencia artificial generativa: concepto y características

La inteligencia artificial generativa es una rama de la IA que se centra en crear contenido nuevo a partir de grandes volúmenes de datos con los que el sistema ha aprendido. De forma sencilla se podría decir que estos modelos aprenden patrones de imágenes, textos, sonidos o videos y con esa base son capaces de producir resultados originales que se parecen al material con el que fueron entrenados, pero que no son una simple copia.

Franganillo (2023) explica que los modelos generativos se caracterizan por trabajar con grandes corpus de datos y por producir contenidos que pueden integrarse en procesos de comunicación, periodismo y producción mediática, lo que abre posibilidades muy interesantes... aunque también trae riesgos que vale la pena mirar con calma. Además, Zambrano-Macías (2025) muestra cómo la IA generativa está transformando la comunicación visual, ya que permite crear narrativas, gráficos y escenas personalizadas para distintos públicos y contextos, casi como si cada

mensaje pudiera “ajustarse a la medida” según lo que se quiere contar y a quién se quiere llegar.

De hecho varios autores suelen diferenciar entre sistemas de IA orientados al análisis (clasificar, etiquetar, detectar patrones), sistemas de asistencia (recomendar, sugerir, completar) y sistemas generativos (producir directamente textos, imágenes, música o video). Y es que en la producción audiovisual los tres tipos terminan mezclándose en la práctica: uno analiza, otro ayuda a decidir y otro directamente crea. Sin embargo la parte generativa es la que más llama la atención, porque se mete de lleno en el terreno creativo, donde antes todo dependía casi por completo del talento humano y del tiempo disponible.

Algunas características relevantes de la IA generativa para este trabajo son:

- **Aprendizaje profundo** a partir de grandes conjuntos de datos, lo que le permite imitar estilos, voces o formas visuales.
- **Multimodalidad**, o la posibilidad de trabajar con texto, imagen, audio y video como entrada y salida.
- **Control mediante lenguaje natural**, mediante prompts que describen la escena, el tono o el estilo deseado.
- **Capacidad de personalización**, adaptando resultados al contexto, la audiencia o el soporte de publicación.

Al mismo tiempo, la literatura reciente insiste en que estos modelos pueden reproducir sesgos presentes en los datos de entrenamiento y generar contenidos difíciles de distinguir de lo real, lo que genera dudas sobre la autenticidad de las piezas producidas, la transparencia en los procesos y los derechos de autor. Para el

tecnólogo en comunicación esto significa que no basta con usar la herramienta de IA, también hay que entender sus limitaciones y los problemas éticos que puede generar.

Producción audiovisual

La producción audiovisual se entiende como el conjunto de procesos necesarios para crear contenidos para cine, televisión, redes sociales u otros medios, combinando recursos técnicos, humanos y económicos para llegar a una pieza final lista para su difusión. En la literatura reciente se coincide en que este proceso se organiza, de forma general, en tres grandes etapas: preproducción, producción o rodaje y postproducción, a las que en muchos casos se añade la fase de distribución o explotación comercial (UNIR, 2025)

En la preproducción se definen la idea, el guion, el presupuesto, el equipo técnico y artístico, las locaciones y el calendario. Es la etapa que sienta las bases del proyecto y en la que se toman muchas decisiones creativas y logísticas que luego condicionan todo el trabajo posterior. Durante la producción o rodaje se ejecuta lo planificado, se graban las escenas y se coordina al equipo en función del plan de producción. Finalmente, en la postproducción se selecciona el material grabado, se edita, se ajusta el sonido, se corrige el color y se incorporan efectos, créditos y elementos gráficos; en esta etapa es donde más se ha notado la entrada de herramientas digitales avanzadas y, más recientemente, de inteligencia artificial (AVisual PRO, 2025).

Uso de la IA en el flujo de trabajo audiovisual

Cuando se habla de flujo de trabajo audiovisual se hace referencia al conjunto de etapas por las que pasa un proyecto, desde la planificación del guion y el estilo visual, pasando por la captura, la edición y el diseño sonoro, hasta la exportación y la

distribución en distintas plataformas. La digitalización ya había automatizado algunas tareas (como el renderizado por lotes o la gestión de formatos), pero con la IA la automatización se vuelve más inteligente: se basa en el análisis del contenido y no solo en aplicar acciones mecánicas (Donnelly, 2021).

Mena Muñoz y Mateos Abarca (2024) indican que los editores de video con IA generativa están simplificando la postproducción al ofrecer funciones como detección de escenas, etiquetado automático de personas, generación de versiones con diferentes relaciones de aspecto y ajustes de ritmo siguiendo plantillas narrativas. En la práctica esto se traduce en algo muy concreto: tareas que antes tomaban horas de revisión y cortes finos, ahora pueden resolverse en menos tiempo y con más orden. Los autores además señalan que estas herramientas reducen los tiempos de trabajo y abren posibilidades creativas nuevas, especialmente en video online y contenido pensado para redes, donde todo va rápido y el formato cambia a cada rato.

Por su parte Dueñas Mohedas y Jiménez Alcarria (2025) en un análisis del flujo de trabajo de la serie *La Mesías*, describen cómo la IA se integró en fases de previsualización, efectos visuales y corrección de color. En esta investigación la IA permitió automatizar procesos repetitivos liberando tiempo del equipo humano para realizar decisiones narrativas y estéticas de mayor nivel, sin que esto signifique sustituir la figura del editor ni del director de fotografía. Esa es una idea clave porque la IA no entra necesariamente a reemplazar sino a despejar el camino para que el criterio creativo respire y se note más.

Otras investigaciones sobre tecnologías emergentes en producción audiovisual recuerdan que esta automatización no solo mejora la eficiencia técnica,

sino que también reconfigura los perfiles profesionales. Y aquí aparece un giro interesante cuando empiezan a surgir funciones nuevas vinculadas a la supervisión de datos, el diseño de *prompts* o la validación de resultados generados por máquinas, como si el equipo ahora tuviera que sumar un “filtro humano” extra para asegurar que lo que produce la tecnología realmente sirve, se entiende y mantiene la intención original.

En la práctica según Zambrano-Macías (2025), la IA puede intervenir en actualmente en tareas como:

- Transcripción y limpieza de audio de entrevistas o podcast, eliminando muletillas y ruidos de fondo.
- Detección de cortes naturales de una secuencia, agrupando tomas por planos o personajes y proponer un primer armado.
- Reencuadre de video horizontal para formatos verticales o cuadrados, manteniendo el sujeto principal en el centro.
- Generación de distintas versiones de un mismo mensaje para plataformas específicas como YouTube, TikTok o Instagram Reels, pero respetando el estilo de marca.

Zambrano-Macías (2025) subraya que estas capacidades permiten producir más contenido en menos tiempo y adaptar las narrativas visuales a públicos muy segmentados casi como si cada audiencia recibiera una versión hecha a su medida. Sin embargo también obligan a sostener criterios firmes de calidad y autenticidad, porque en medio de tanta velocidad existe el riesgo de que los contenidos se sientan

fríos, repetitivos o demasiado prefabricados por algoritmos, como si les faltara ese toque humano que conecta de verdad.

Para un estudiante de tecnología en comunicación, la idea central es clara. Aunque la IA no reemplaza el trabajo humano sí cambia la manera de organizarlo, desde la planificación y la producción hasta la edición y la toma final de decisiones.. Las tareas mecánicas se automatizan y la persona debe asumir un rol más estratégico, creativo y de supervisión crítica de los procesos.

Las nuevas competencias IA para tecnólogos en comunicación

Las transformaciones tecnológicas en comunicación y medios no solo exigen nuevas herramientas, también exigen nuevas competencias. Varios estudios recientes señalan que la alfabetización en inteligencia artificial se está convirtiendo en un componente clave dentro de las competencias digitales de los estudiantes universitarios. Ayala de Sánchez et al. (2025) muestran que dominar competencias como la creación de contenido digital, la gestión segura de la información y la resolución de problemas se relaciona de forma directa con una mejor comprensión de la IA y además con una actitud más crítica y consciente frente a su uso. Y es que no se trata solo de saber usar herramientas sino de tener criterio para ello. Es importante entender qué se está haciendo, por qué funciona y qué riesgos pueden aparecer si se utiliza sin cuidado.

En el ámbito de la educación superior, investigaciones en contextos latinoamericanos destacan que muchas personas han escuchado hablar de la inteligencia artificial pero solo una parte se siente realmente informada y preparada para integrarla en su trabajo académico o profesional. La verdad es que esto se nota en lo cotidiano: hay curiosidad, sí, pero también dudas, inseguridad y, a veces, ese

miedo silencioso de “quedar atrás” si no se aprende a tiempo. Al mismo tiempo se identifican emociones mezcladas tales como curiosidad y entusiasmo, pero también miedo e incertidumbre sobre los posibles efectos de la IA en el empleo y en la forma de producir conocimiento (Fernández, 2025).

Este panorama lleva a plantear la necesidad de una formación que no se limite a enseñar a usar herramientas, sino que fomente un uso crítico, inclusivo y responsable, especialmente en carreras ligadas a la comunicación y los contenidos.

En el caso particular de la comunicación audiovisual, algunos autores que trabajan con postproducción y docencia universitaria (Dueñas Mohedas & Jiménez Alcarria, 2025) señalan que la integración de IA en el flujo de trabajo obliga a replantear los programas formativos, incorporando competencias como la selección informada de herramientas, el diseño de prompts, la supervisión de resultados generados por algoritmos y la reflexión sobre la ética y los derechos de autor (Arboleda-Sánchez y otros, 2025). Dicho de manera sencilla, no basta con saber que existe Runway o Descript, el tecnólogo en comunicación necesita comprender qué hace cada herramienta, qué datos utiliza, qué puede automatizar y cuáles decisiones siguen dependiendo del criterio humano.

Capítulo III – Metodología

En este capítulo se explica cómo se buscó y organizó la información sobre las herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la producción audiovisual para cumplir el objetivo general del trabajo.

Enfoque y tipo de investigación

El enfoque de la investigación es cualitativo porque no se trabajó con encuestas masivas ni estadísticas, sino con descripciones de las características, funciones y usos posibles de diferentes herramientas de inteligencia artificial. Lo que se hizo fue analizar textos, páginas web y fichas técnicas para comprender qué ofrece cada herramienta y cómo puede apoyar el trabajo audiovisual. La investigación cualitativa se usa con frecuencia cuando se quiere entender un fenómeno más por sus cualidades que por sus números (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El tipo de investigación es exploratoria y documental (bibliográfica). Es exploratoria porque el tema de las herramientas de IA para producción audiovisual es relativamente nuevo y cambia muy rápido, por lo que el objetivo principal es explorar y hacer un primer acercamiento general (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Es documental o bibliográfica porque las fuentes principales fueron documentos ya existentes: artículos académicos, libros, informes, páginas oficiales de las herramientas y reseñas técnicas (Bisquerra, 2014).

Técnicas de recolección y análisis de la información

Se utilizaron dos técnicas básicas, acordes al nivel tecnológico del trabajo:

- *Revisión web y bibliográfica*

Se realizó una búsqueda en bases de datos académicas y en la web para

localizar información sobre producción audiovisual, inteligencia artificial generativa y herramientas actuales. En el caso de las herramientas se revisaron principalmente sus páginas oficiales, poniendo especial atención a apartados como características, precios, documentación y preguntas frecuentes. Además, esta revisión permitió entender con más claridad qué hace cada herramienta, qué requisitos pide y qué opciones gratuitas ofrece, algo clave cuando se está explorando y todavía se está probando qué vale la pena y qué no.

- ***Análisis descriptivo y comparativo sencillo***

Con la información recopilada se elaboró una descripción básica de cada herramienta (tipo de contenido que trabaja, funciones principales y forma de acceso) de manera que fuera fácil compararlas sin perderse en tecnicismos y elegir con más seguridad según la necesidad del proyecto. Luego se realizó un análisis comparativo simple. Es decir, se cotejó qué ofrece una herramienta frente a otra. Por ejemplo, si permite trabajar en navegador, si tiene versión gratuita, si se centra en video, en audio o en voz, etc. Este análisis no fue estadístico, sino más bien una comparación cualitativa para ayudar a ver similitudes y diferencias.

Criterios de selección de herramientas

Para decidir qué herramientas incluir en los resultados se utilizaron los siguientes criterios, pensados especialmente para el contexto de un tecnólogo en comunicación:

- ***Prueba accesible antes de pagar***

Se consideraron herramientas que ofertaran modalidades gratuitas, demos o

algún tipo de acceso inicial sin pago inmediato, aunque sea con límites de créditos, duración o calidad. Esto porque permite que el estudiante replique la exploración con tranquilidad, pueda probar por su cuenta y además comparar opciones sin sentirse “amarrado” desde el inicio. Un típico ejemplo de esta lógica es el modelo *freemium*, con un plan “Free” y planes anuales visibles en la página de precios, como una vitrina clara para saber hasta dónde se puede llegar sin invertir todavía.

- *Funcionamiento en la nube y uso desde navegador*

Se priorizan herramientas con acceso web o en línea para evitar depender de hardware especializado (por ejemplo, una GPU dedicada) y facilitar el uso desde laboratorios o equipos personales de gama media. Además esto vuelve el proceso más realista y accesible porque no siempre se cuenta con computadoras potentes y la verdad es que muchas veces se trabaja con lo que hay a mano.

- *Pertinencia directa con tareas audiovisuales*

Solo se incluyen herramientas que se puedan aplicar a tareas concretas del flujo audiovisual, organizadas por categorías operativas como generación y edición de imagen y video, generación y edición de música, generación y edición de voz (speech) y generación de avatares. Estos para fines prácticos y no solamente tecnológicos, como cuando se elige una herramienta porque resuelve una necesidad específica y no solo porque está de moda o suena impresionante.

- *Transparencia del modelo de cobro*

En la selección importaba el que el costo sea publicado de forma clara

(mensual y anual cuando existe) o si no hay suscripción anual visible, al menos se explique la unidad de cobro (créditos, tokens, por imagen, por segundo, etc.). Además, esto ayuda a evitar sorpresas y a tener un control más real del gasto, especialmente cuando se empieza a producir de forma más constante y cada crédito cuenta. Por eso en las tablas se registra el tipo de plan y su referencia de precio, porque en varias plataformas esto está declarado directamente en su *pricing*.

- *Condiciones de uso y licencia (especialmente uso comercial)*

Se revisaba que la plataforma especifique condiciones mínimas sobre uso comercial, atribución y restricciones del plan gratuito, porque en audio, música y voz esto cambia mucho según el plan. Ejemplo: hay servicios donde el plan gratuito no permite uso comercial y exige que se hagan atribuciones de la herramienta o el desarrollador y en música se explicita que la modalidad básica es no comercial, pero lo que respecta a planes pagados, el uso comercial para nuevas creaciones es permitido.

- *Presencia en comparativas abiertas o ecosistemas de referencia*

Cuando aplica, se toma como apoyo que el “motor” o el servicio aparezca en entornos comparativos y arenas públicas, ya que ayudan a ubicar qué modelos o familias están siendo evaluadas de forma continua por comunidades (por ejemplo, los leaderboards de LMArena).

Con este diseño metodológico este informe no pretende medir impactos complejos sino explorar y describir un conjunto de herramientas de inteligencia artificial que puedan apoyar la producción audiovisual, ofreciendo una guía básica y útil para estudiantes de tecnología en comunicación.

Capítulo IV – Resultados

En esta parte se presentan los resultados de la exploración realizada sobre herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la producción audiovisual a partir de los criterios definidos en la metodología. Se seleccionaron herramientas que en tablas de clasificación, periódicos y blogs especializados, son altamente referenciadas y calificadas por los usuarios como líderes en su campo, ya sea en la creación o edición de imagen, video, audio o música.

Revisión de modelos SOTA de generación de imagen y video

Antes de mirar herramientas web concretas resulta útil detenerse un momento en los modelos generativos de base que, hasta el momento de escribir este apartado, constituyen el estado del arte (SOTA) en su campo y el *motor* que está detrás de muchas plataformas comerciales. En esta sección se revisan de forma breve dos familias de modelos: texto a imagen (text-to-image) y texto a video (text-to-video).

Modelos Text-to-Image (texto a imagen)

En la arena de texto a imagen (LMArena, 2025a) se han consolidado varios modelos líderes que suelen aparecer en tableros comparativos como Text-to-Image Arena de LMArena, donde se contrastan modelos por su capacidad de generar imágenes coherentes a partir de descripciones textuales. Ahora, aunque este trabajo se centra en herramientas (plataformas y software de producción), mirar por encima el motor ayuda a entender por qué una herramienta rinde bien en póster, por qué otra falla con tipografía, o por qué ciertas estéticas se repiten.

Para mantener un criterio claro y no perderse entre tantas opciones se consultó el leaderboard de LMArena el 3 de diciembre de 2025 en

<https://lmarena.ai/es/leaderboard/text-to-image> y se seleccionaron los modelos Nano Banana Pro, Flux 2, Hunyuan-Image 3.0 y Seedream 4.5. Los costos se consolidan en la Tabla 1 de manera que se pueda comparar de forma rápida y ordenada. Además para mostrar de forma más explícita las diferencias en la producción de estos modelos de imagen se elaboró un prompt único (Anexo A) que se ejecutó con cada modelo y cuyo resultado se presenta, permitiendo observar con más claridad qué tan distintos pueden ser los resultados incluso cuando la consigna es exactamente la misma.

a) Nano Banana Pro (Google)

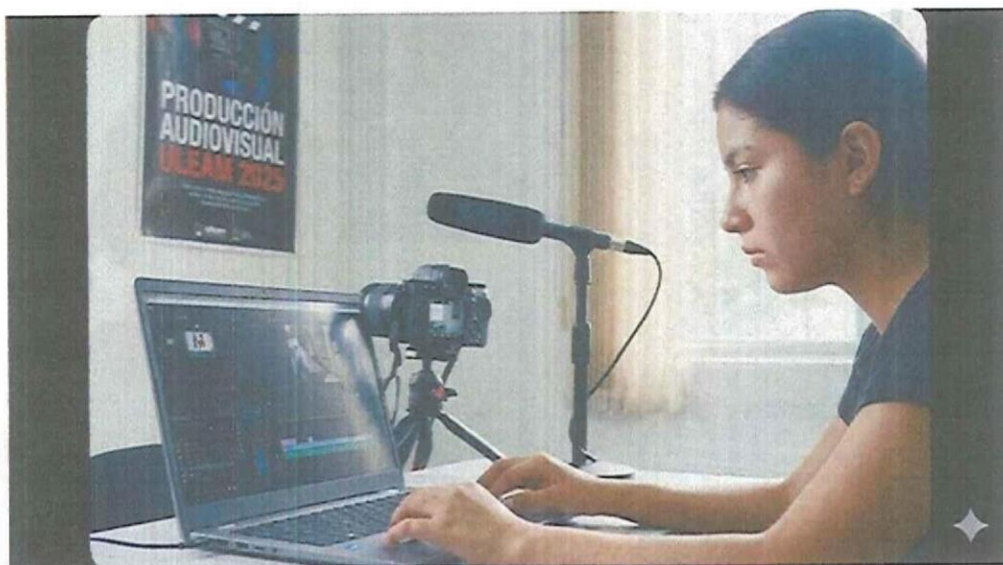
URL oficial (herramienta en Gemini): <https://gemini.google/es/overview/image-generation/?hl=es>

URL oficial (modelo Nano Banana Pro): <https://deepmind.google/models/gemini-image/pro/>

En LMArena aparece como *nano-banana-pro* asociado a variantes de Gemini 3 Pro Image Preview (LMArena, 2025a). En producción audiovisual resulta útil cuando se necesita rapidez para storyboards, propuestas visuales para un cliente o un moodboard que venda la idea sin esperar demasiado. En la práctica, la interacción suele ser directa: se escribe el prompt en lenguaje natural y se obtiene la imagen generada en la nube (Google, 2025).

Figura 1

Resultado del prompt único en Nano Banana Pro (Google)



Nota. Imagen generada con Nano Banana Pro (Google) usando el prompt del Anexo A. Generación realizada el 3 de diciembre de 2025 en Gemini.

<https://gemini.google/es/overview/image-generation/?hl=es>. Elaboración propia.

b) Flux 2 (Black Forest Labs)

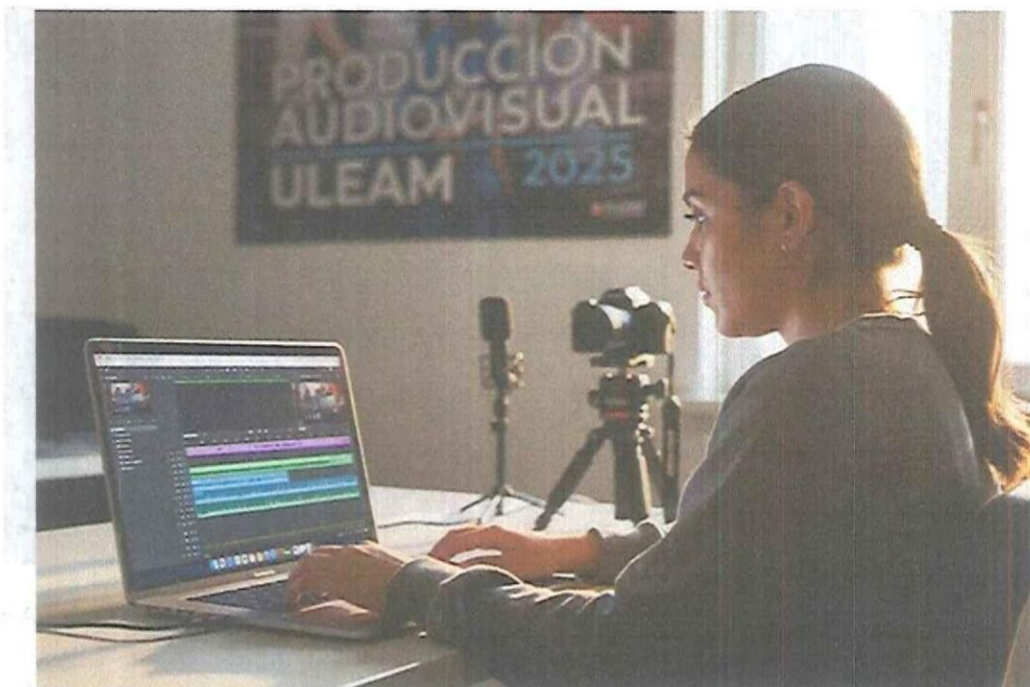
URL oficial (laboratorio): <https://bfl.ai/>

URL oficial (repo de inferencia): <https://github.com/black-forest-labs/flux2>

Flux 2 figura en LMArena (2025a) como variantes como flux-2-flex, flux-2-pro y flux-2-max, y suele destacar por una estética con sensación más cinematográfica en escenas con detalle. En un flujo audiovisual puede apoyar bastante en concept art, fondos, póster conceptual y exploración visual cuando todavía se está afinando el look del proyecto.

Figura 2

Resultado del prompt único en Flux 2 (Black Forest Labs)



Nota. Imagen generada con el modelo Flux 2 (Black Forest Labs) usando el prompt descrito en el Anexo A. Generación realizada el 3 de diciembre de 2025 en la plataforma de ejecución utilizada para Flux. <https://playground.bfl.ai/>. Elaboración propia.

c) Hunyuan-Image 3.0 (Tencent)

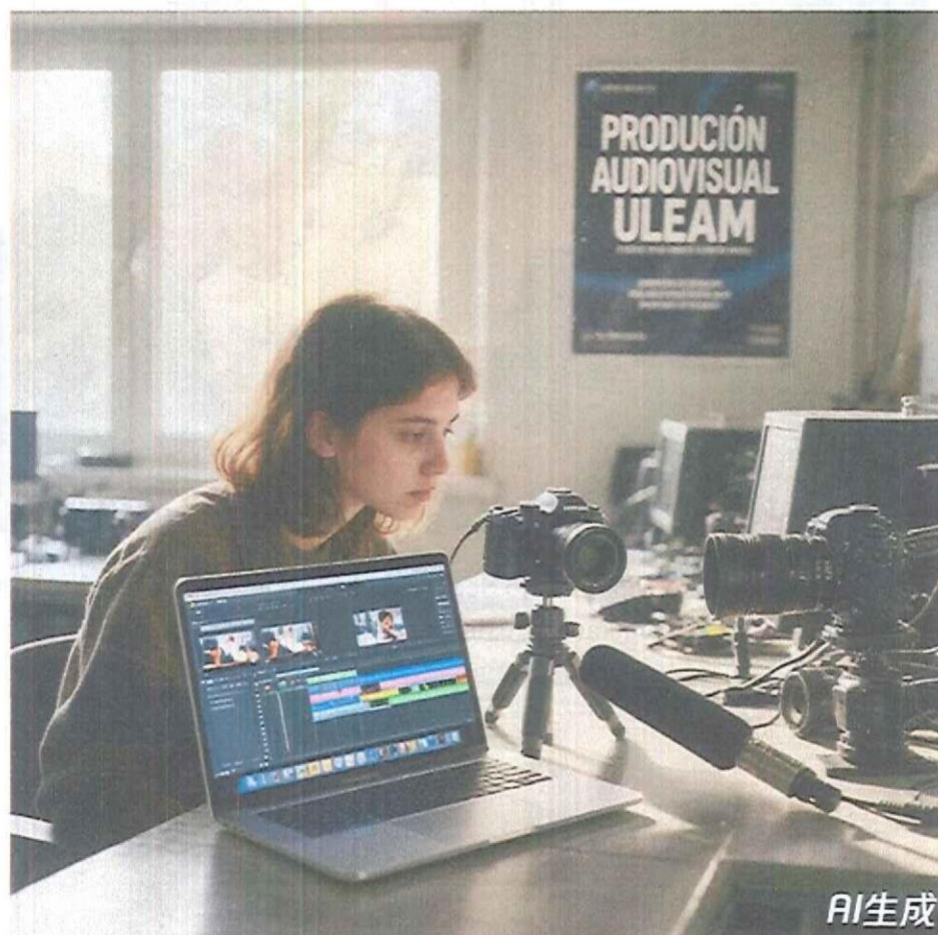
URL oficial (demo/entorno Hunyuan): <https://hunyuan.tencent.com/image>

URL oficial (repo): <https://github.com/Tencent-Hunyuan/HunyuanImage-3.0>

Hunyuan-Image 3.0 aparece en el leaderboard como hunyuan-image-3.0 de Tencent (LMArena, 2025a). Para audiovisual puede servir como apoyo de previsualización y exploración de estilo, sobre todo cuando se está aterrizando la dirección de arte y se necesitan muchas iteraciones rápidas antes de “casarse” con una sola línea estética.

Figura 3

Resultado del prompt único en Hunyuan-Image 3.0 (Tencent)



Nota. Imagen generada con el modelo Hunyuan-Image 3.0 (Tencent) usando el prompt descrito en el Anexo A. Generación realizada el 3 de diciembre de 2025 en la plataforma de ejecución utilizada para Hunyuan. <https://hunyuan.tencent.com/image>. Elaboración propia.

d) Seedream 4.5 (ByteDance)

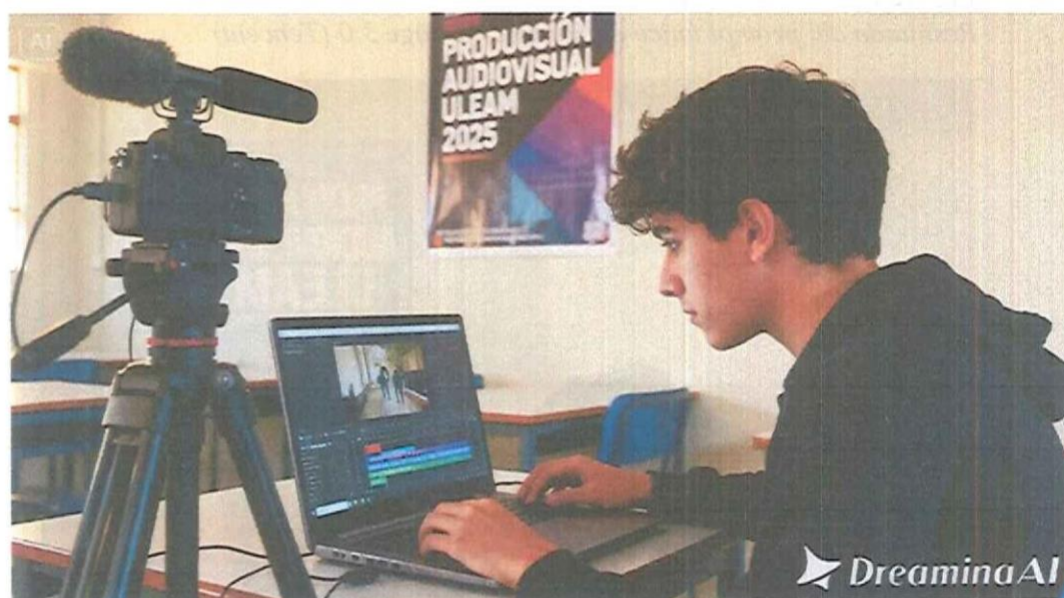
URL oficial (modelo Seed): https://seed.bytedance.com/en/seedream4_5

URL oficial (herramienta/API en BytePlus): <https://www.byteplus.com/en/product/Seedream>

Seedream 4.5 aparece en LMArena como seedream-4.5 de ByteDance (LMArena, 2025a). En producción encaja cuando se requieren piezas para campaña, variaciones para redes o pruebas donde importa mucho el texto dentro de la imagen y la consistencia visual (por ejemplo, una línea gráfica para varias publicaciones).

Figura 4

Resultado del prompt único en Seedream 4.5 (ByteDance)



Nota. Imagen generada con el modelo Seedream 4.5 (ByteDance) usando el prompt descrito en el Anexo A. Generación realizada el 3 de diciembre de 2025 en BytePlus. <https://dreamina.capcut.com/ai-tool/home/?type=image>. Elaboración propia.

Tabla 1

Comparación resumida de modelos texto a imagen (corte: 3 de diciembre de 2025 con base en LMarena)

Modelo	Entidad / licencia	Contexto típico en producción audiovisual	Salida	Acceso y costos (API)
Nano Banana Pro	Google, propietario	Storyboards, moodboards, piezas rápidas para difusión	Imagen (tamaños configurables)	Suscripción: Pro \$19.99/mes (\$239.88/año) y Ultra \$249.99/mes (\$2999.88/año). API: aprox. \$0.134/imagen (1K-2K) y \$0.24/imagen (4K), según equivalencias publicadas.
Flux 2 (Flex/Pro)	Black Forest Labs, propietario	Concept art con estética tipo cine, fondos detallados, póster conceptual	Imagen (cobro por megapíxeles)	API: desde \$0.03 (pro) y \$0.06 (flex) según resolución. Estimación ejemplo (1000 imágenes/mes en resolución baja tipo 1 MP): \$60/mes (\$720/año) en flex, variable si hay edición o referencias.
Hunyuan-Image 3.0	Tencent, licencia comunitaria	Previsualización, propuestas de arte, exploración de estilo	Imagen	API (fal.ai): \$0.10 por megapíxel. Estimación ejemplo (1000 imágenes/mes 1 MP): \$100/mes (\$1200/año), variable por tamaño final.
Seedream 4.5	ByteDance, propietario	Póster, campañas, generación y edición con cuidado en texto	Imagen (generación/edición)	API: se muestran \$0.03/imagen y también \$0.04/imagen según modalidad, con prueba de 200 imágenes. Estimación (1000 imágenes/mes): \$30-40/mes (\$360-480/año).

Nota. Elaboración propia a partir de información disponible en las páginas oficiales y reseñas técnicas.

Modelos Text-to-Video (texto a video)

A diferencia de la generación de imagen, en texto a video el problema no es solo que se vea bonito sino que se sostenga en el tiempo. O sea que el personaje no cambie de cara a mitad del clip, que la iluminación no salte rara, que el movimiento

tenga sentido y que la cámara no haga cosas imposibles cuando uno solo pidió un plano suave. Por eso estos modelos se comparan mucho por coherencia temporal, naturalidad del movimiento y control del estilo, y en esa lógica el leaderboard Text-to-Video Arena de LMArena (2025b) sirve como punto de referencia porque recopila votaciones de la comunidad y muestra la fecha de actualización del ranking.

Para mantener un criterio claro se consultó el leaderboard de LMArena el 3 de diciembre de 2025 en <https://lmarena.ai/leaderboard/text-to-video> y se seleccionaron los modelos Veo 3.1, Sora 2 Pro, Wan 2.5, Kling 2.5, Ray 3 y Hailuo 2.3. Como apoyo de trazabilidad, el Leaderboard Changelog de LMArena permite verificar entradas y cambios recientes (por ejemplo, incorporaciones de modelos a los leaderboards). Los costos se consolidan en la Tabla 2.

a) Veo 3.1 (Google)

URL oficial (documentación modelo Veo): <https://deepmind.google/models/veo/>

URL (uso en Vertex AI, Veo 3.1): <https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/models/veo/3-1-generate>

URL (planes donde se menciona acceso a Veo 3.1): <https://one.google.com/about/google-ai-plans/>

Veo 3.1 se entiende como un modelo orientado a generación de video que suele encajar bien en previsualización, creación ágil de bocetos visuales en movimiento para planificar una escena antes de realizar la producción final y pruebas de intención narrativa, sobre todo cuando se necesita “ver” el ritmo de una escena antes de producirla. En entornos de uso (por ejemplo, Vertex AI) se plantea como generación desde prompt, con parámetros de salida configurables según el modelo y el flujo de trabajo (Vertex AI, 2025).

b) Sora 2 Pro (OpenAI)

URL oficial (modelo Sora 2 Pro, API): <https://platform.openai.com/docs/models/sora-2-pro>

URL oficial (anuncio Sora 2): <https://openai.com/index/sora-2/>

URL oficial (suscripción relacionada, ChatGPT Pro): <https://help.openai.com/es-es/articles/9793128-what-is-chatgpt-pro>

Sora 2 Pro se describe como un modelo avanzado para la generación de video con audio sincronizado especialmente útil cuando el proyecto necesita clips más “cinematográficos” para pruebas de concepto, piezas cortas de campaña o prototipos de escenas con una sensación más realista y envolvente (OpenAI, 2025a). Además en API, el modelo acepta texto o imagen como entrada y entrega video con audio como salida, lo cual resulta interesante para ensayar atmósferas (movimiento + sonido) sin pasar todavía por un rodaje completo ni depender de recursos de producción tradicionales (OpenAI, 2025b).

c) Wan 2.5 (Alibaba)

URL oficial (entorno Model Studio, referencia desde LMArena):

<https://modelstudio.console.alibabacloud.com/>

URL (lanzamiento comercial Wan2.5-Preview): <https://www.alibabacloud.com/en/events/wan2-5-preview-launch>

Wan 2.5 aparece como una familia “preview” orientada a generación de video, y desde la comunicación de Alibaba Cloud se enfatiza la mejora en adherencia a instrucciones, movimiento y salida con enfoque más comercial. También se menciona soporte de audio sincronizado y generación de clips de alrededor de 10 segundos en el caso de T2V-Preview (Alibaba Cloud, 2025). En producción audiovisual, esto suele servir para crear maquetas de escenas, tests de estilo o planos de apoyo cuando el equipo necesita iterar rápido antes de decidir una ruta final.

d) Kling 2.5 (KlingAI)

URL oficial (plataforma): <https://app.klingai.com/>

URL oficial (comunicación corporativa del lanzamiento Kling 2.5):

<https://www.kuaishou.com/en/press/detail/kling-ai-upgrades-to-25-turbo-for-1080p-text-to-video>

Kling 2.5 se considera un modelo/plataforma orientado a texto a video y con salida en alta definición, tal como lo especifica su propio sitio. Esto lo vuelve atractivo para contenido social, promos y clips cortos donde importa que el video “mantenga” buena calidad y que no dependa mucho de la postproducción (Kuaishou, 2025). Además en un flujo audiovisual pequeño suele usarse como generador de tomas de recurso, microescenas o pruebas de narrativa visual cuando el material grabado aún no existe. Es casi como un “borrador visual” que puede ayudar a los creativos audiovisuales a aterrizar ideas antes de pasar a la etapa de producción.

e) Ray 3 (LumaAI)

URL oficial (herramienta Dream Machine): <https://luma.ai/dream-machine>

URL oficial (precios/planes Luma): <https://luma.ai/pricing>

Ray 3 se identifica dentro del ecosistema de Luma como una línea de modelos para generación de video que se usa mucho para prototipar escenas con movimiento, transiciones y tomas cortas, normalmente pensado para creadores y equipos que quieren iterar visualmente sin entrar todavía a rodaje (LMArena, 2025c). Al estar integrado en una herramienta (Dream Machine), el valor práctico está en el flujo: prompt, variación, selección, y exportación para edición posterior.

f) Hailuo 2.3 (MiniMax)

URL oficial (plataforma): <https://hailuoai.video/>

URL oficial (términos de suscripción y créditos): <https://hailuoai.video/doc/payment-policy.html>

Hailuo 2.3 aparece como parte del conjunto de modelos en la arena de LMArena, y en la práctica se usa para generar clips cortos que sirven como bocetos audiovisuales, recursos para redes o pruebas de atmósfera (LMArena, 2025c). Su

esquema de acceso se apoya en suscripción y créditos, lo cual, en proyectos reales, obliga a planificar cuántas iteraciones se harán para no “quemar” presupuesto en pruebas infinitas (MiniMax, 2025).

Tabla 2

Comparación resumida de modelos texto a video (corte: 3 de diciembre de 2025 con base en LMArena)

Modelo	Entidad / licencia	Contexto típico en producción audiovisual	Salida	Acceso y costos (suscripción o API)
Veo 3.1	Google, propietario	Previsualización, animáticas, pruebas de look y movimiento	Video	Suscripción (usuario final): Google AI Pro y Google AI Ultra (valores publicados por plan). API/enterprise: disponible vía plataformas como Vertex AI (tarifa depende del canal y no se fija como único valor en esta revisión).
Sora 2 Pro	OpenAI, propietario	Clips de prueba con estética cuidada, prototipos de escena con audio	Video + audio	Suscripción (para uso en Sora vía ChatGPT Pro): \$200/mes (equivalente anual \$2400). API: \$0.30 por segundo (720x1280 o 1280x720) y \$0.50 por segundo (1024x1792 o 1792x1024).
Wan 2.5 (Preview)	Alibaba, propietario	Pruebas de estilo, maquetas de escenas, clips cortos para iteración	Video (se menciona audio sincronizado en preview)	Acceso vía Alibaba Cloud Model Studio (preview). En la fuente pública revisada se describe el lanzamiento y capacidades, pero no se visualiza un tarifario directo abierto.
Kling 2.5	KlingAI (Kuaishou) propietario	Contenido social, promos, clips cortos en alta definición	Video	Precios oficiales no fueron visibles en fuente abierta accesible en esta revisión; se recomienda verificar dentro de la plataforma. Como referencia secundaria circulan planes mensuales/anuales por créditos. (ir.kuaishou.com)
Ray 3	LumaAI, propietario	Prototipado rápido de escenas, tomas de recurso, variaciones visuales	Video	Suscripción (Dream Machine): planes mensuales y opción anual publicada por Luma.
Hailuo 2.3	MiniMax, propietario	Bocetos audiovisuales, clips cortos para redes y pruebas de atmósfera	Video	Suscripción mensual (ejemplos publicados): Standard \$14.99/mes (equivalente anual \$179.88), Pro \$54.99/mes (equivalente anual \$659.88), más planes superiores; créditos adicionales a \$1 por 70 créditos.

Nota. Elaboración propia a partir de información disponible en las páginas oficiales y reseñas técnicas.

Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de imagen y video

A diferencia de los modelos base (que son como el “motor”) aquí se revisan herramientas comerciales que ya vienen listas para trabajar en un flujo audiovisual real: interfaz web, créditos, exportaciones y opciones de edición. En la práctica estas plataformas suelen resolver lo urgente: bocetar una idea, proponer un look, generar un clip corto, editar variaciones, y pasar rápido a la fase de montaje. Los costos y planes se consolidan en la Tabla 3, con base en la información pública disponible en diciembre de 2025.

a) KREA AI

URL oficial: <https://www.krea.ai/app>

KREA se ubica como una herramienta muy usada para exploración visual rápida, sobre todo cuando se requiere iterar estilos sin perderse en configuraciones técnicas. En proyectos audiovisuales sirve bastante para moodboards (tableros de inspiración), pruebas de arte y recursos visuales que luego alimentan piezas de campaña o preproducción. En su documentación se describen planes pagados con asignación mensual de “unidades de cómputo” y descuento por anualidad, lo que ayuda a ordenar el gasto cuando se trabaja por entregables (Krea AI, 2025).

b) Freepik

URL oficial: <https://www.freepik.com/>

Freepik ya no es solo banco de recursos. Se presenta como un entorno “todo en uno” que combina stock con IA para imagen, video y audio, usando un esquema de créditos. En producción audiovisual puede ser útil cuando el equipo necesita una

misma plataforma para sacar piezas rápidas: generar imagen, probar clips cortos, incluso apoyarse en utilidades como *lip sync* (sincronización de labios) o generación de efectos sin saltar entre muchas webs. Esto es práctico para social media, campañas, propuestas y previsualización (Freepik Company, 2025).

c) Higgsfield

URL oficial: <https://higgsfield.ai/>

Higgsfield se presenta como herramienta orientada a generación de video y planes por suscripción. En el contexto audiovisual encaja cuando se busca producir clips sintéticos para probar ideas de puesta en escena, estilos o recursos de campaña sin grabación. En su página de planes se observan niveles de suscripción (por ejemplo, “Ultimate” y “Creator”), lo que sugiere un enfoque a usuarios con distintas cargas de producción (Higgsfield, 2025).

d) OpenArt

URL oficial: <https://openart.ai/>

OpenArt funciona como plataforma para generación de imagen y, dependiendo del plan, acceso a herramientas premium y flujos de creación. En audiovisual puede servir como apoyo en concept art, diseño de recursos visuales y variaciones para campañas, cuando se necesita un entorno que simplifique el proceso y permita iterar con rapidez. Sus planes se muestran por asiento y con precios diferenciados entre pago mensual y facturación anual (OpenArt, 2025).

e) Runway

URL oficial: <https://runwayml.com/>

Runway se ha posicionado como una de las herramientas más conocidas para generación y edición de video con IA (y también recursos de imagen), especialmente

por su enfoque “de estudio” para crear clips, probar estilos y apoyar tareas de edición. En un flujo audiovisual real suele entrar en etapas como previsualización, generación de planos cortos, y creación de variaciones que luego se integran en el montaje. Su página de precios muestra planes con pago mensual y opción anual con descuento (Runway, 2025).

f) Luma

URL oficial: <https://lumalabs.ai/dream-machine>

Luma se orienta a la generación de video (por ejemplo desde texto o imagen, según la oferta vigente) y a un esquema de suscripción con distintos niveles de capacidad. Para equipos pequeños, puede funcionar como “laboratorio” de clips: probar secuencias, ideas de movimiento y estilos, y llevar resultados al proceso de edición. En su página de precios se listan planes por mes y también opciones anuales, según el nivel (Luma AI, 2025).

g) Hedra

URL oficial: <https://www.hedra.com/>

Hedra se plantea como un “studio” donde el usuario accede a generación mediante créditos, y lo interesante es que, en su sección de planes, se observan costos por segundo asociados a distintos modelos (por ejemplo, Veo, Sora, Kling o Hailuo), lo cual es bien útil para estimar presupuesto cuando se trabaja por duración de video. En producción, esto sirve para decidir rápido qué motor usar según costo, velocidad y calidad esperada (Hedra, 2025).

h) Flow

URL oficial: <https://labs.google/fx/tools/flow>

Flow se describe como herramienta de “AI filmmaking” construida alrededor de modelos de Google DeepMind (en especial Veo). En audiovisual su aporte es el enfoque por escenas: crear clips y sostener cierta consistencia mientras se arma una historia. El acceso está vinculado a planes como Google AI Pro y Google AI Ultra, con créditos mensuales para generación, según la región y el plan (Adobe, 2025).

i) Adobe Firefly

URL oficial: <https://www.adobe.com/es/products/firefly.html>

Firefly se entiende como un ecosistema de IA creativa integrado al mundo Adobe, con generación y edición para imagen, video y audio, y un sistema de créditos generativos según el plan. En un flujo audiovisual es atractivo porque se conecta con herramientas de uso profesional (por ejemplo, Photoshop/Express y entornos vinculados a Creative Cloud), lo que reduce fricción al pasar de “generar” a “producir” material final. Adobe publica planes como Standard, Pro y Premium con precios mensuales (Adobe, 2025).

Tabla 3

Comparación resumida de herramientas IA comerciales para imagen y video

Herramienta	Enfoque principal	Aporte típico en producción audiovisual	Esquema de costo (referencial)
KREA AI	Imagen (iteración rápida)	Moodboards, pruebas de estilo, recursos para preproducción	Suscripción desde \$10/mes; anual con descuento (equivalencia anual aprox. \$96/año si aplica -20%)
Freepik	Imagen, video, audio (con créditos)	Piezas rápidas + stock + utilidades (video/IA en una sola plataforma)	Essential \$5.75/mes (\$69/año); Premium \$12/mes (\$144/año); Premium+ \$24.50/mes (\$294/año); Pro \$158.33/mes (\$1.899.96/año)
Higgsfield	Video	Clips IA para pruebas de idea, estilo o campaña	Planes mostrados por suscripción (ej.: “Ultimate” \$49/mes, “Creator” \$249/mes; anual por equivalencia x12)
OpenArt	Imagen (plataforma)	Concept art y variaciones visuales para piezas	Planes por “seat”; ejemplo: Pro USD 14/mes o USD 7/mes facturado anual (\$84/año)

Runway	Video (y apoyo en imagen)	Generación y edición de clips para integrar en montaje	Standard \$15/mes (anual \$12/mes en \$144/año); Pro \$35/mes (anual \$336/año); Unlimited \$95/mes (anual \$912/año)
Luma	Video	Generación de clips y previsualización	Lite \$9.99/mes; Plus \$29.99/mes; Pro \$99.99/mes; Unlimited \$499.99/mes (equivalencia anual c12 cuando aplique)
Hedra	Video (créditos por segundo)	Estimar costo por duración y elegir motor según necesidad	Créditos/segundo por modelo (ej.: Veo, Sora, Kling, Hailuo); planes con créditos mensuales
Flow	Video (filmmaking)	Creación de escenas con Veo y flujo narrativo	Acceso vía Google AI Pro \$19.99/mes (\$239.88/año) o Google AI Ultra \$249.99/mes \$2999.88/año)
Adobe Firefly	Imagen, video, audio	Generación y edición con integración al ecosistema Adobe	Standard \$9.99/mes; Pro 19.99/mes; Premium \$199.99/mes (equivalencias anuales x12)

Nota. Elaboración propia con base en información pública de planes y precios consultada en diciembre de 2025. En algunos servicios la moneda, impuestos y disponibilidad pueden variar por país; cuando no se visualiza un plan anual explícito, la cifra anual se expresa como equivalencia aproximada (mensual x12).

Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de música

En producción audiovisual la música casi siempre llega cuando el reloj ya está corriendo. Hay que poner “algo” para que el corte funcione, para probar ritmo, emoción y transiciones. Y ahí estas herramientas con IA ayudan bastante, sobre todo para maquetas (temp tracks), jingles cortos, colchones musicales o versiones alternativas rápidas, sin depender de un compositor desde el primer día. Eso sí, la parte de derechos y uso comercial no es un detalle menor, entonces conviene tenerlo visible desde el inicio en cada plataforma (Suno, 2025b).

a) SUNO

URL oficial: <https://www.adobe.com/es/products/firefly.html>

Suno funciona como un entorno web donde a partir de un prompt se generan canciones completas (estructura, instrumentación y, si se quiere, letras). En la práctica, sirve para probar estilos y atmósferas muy rápido, por ejemplo: “una balada nostálgica para una escena de despedida” o “un beat alegre para un reel”. Además, el sistema se maneja por créditos. El plan gratuito (Basic) repone 50 créditos diarios y los planes de pago suben bastante ese margen (Pro con 2500 créditos/mes y Premier con 10.000 créditos/mes), lo que ya permite iterar sin miedo cuando se está afinando una secuencia (Suno, 2025).

En costos Suno muestra dos planes de pago bien marcados: Pro a \$10 mensual y \$8 mensual si se factura anual y Premier a \$30 mensual y \$24 mensual si se factura anual. Dicho de forma simple, en anual Pro queda en \$96/año y Premier en \$288/año, según esos valores mensuales facturados anualmente.

Sobre uso comercial, Suno diferencia con claridad: el plan Basic se limita a uso no comercial, mientras que Pro y Premier incluyen uso comercial. Además, en sus términos se explica que, estando suscrito a Pro o Premier, se asignan al usuario los derechos sobre el “Output” generado durante ese periodo de suscripción (Suno, 2025b).

b) UDIO

URL oficial (herramienta): <https://www.udio.com/>

Udio también trabaja con generación musical desde texto, pensado para crear y compartir canciones rápidamente. En su propuesta de planes se observa un esquema sencillo para usuarios: un plan gratuito con créditos diarios y dos niveles de suscripción, Standard y Pro. En el plan Standard se destacan funciones útiles para audiovisual, como cargas de audio, edición, controles de estilo (incluyendo “negative prompting” y exportaciones en WAV de alta calidad y stems, que ya es un plus

cuando se necesita llevar la música a un DAW para pulirla o mezclarla con diálogos y ambiente (Udio, 2025).

En precios, Udio maneja Standard a \$10/mes y Pro a \$30/mes. En anual, en el listado del App Store se muestran \$96/año para Standard y \$289/año para Pro.

Tabla 4

Comparación resumida de herramientas IA comerciales para imagen y video

Herramienta	Empresa	Contexto típico en producción audiovisual	Salida	Costos de suscripción (mensual / anual)
Suno (Pro)	Suno	Maquetas musicales, jingles, música base para cortes y mood	Canción (audio)	\$10/mes o \$8/mes facturado anual (\$96/año)
Suno (Premier)	Suno	Más iteración y volumen de pruebas para campañas o series de piezas	Canción (audio)	\$30/mes o \$24/mes facturado anual (\$288/año)
Udio (Standard)	Uncharted Labs Inc. (Udio)	Generación musical y edición, exportación WAV/stems para postproducción	Canción (audio)	\$10/mes o \$96/año
Udio (Pro)	Uncharted Labs Inc. (Udio)	Mayor capacidad y acceso ampliado a funciones/modelos	Canción (audio)	\$30/mes o \$289/año

Nota. Elaboración propia con base en información pública de Suno (planes y política de uso) y en precios/reportes de suscripción de Udio (App Store) y su centro de ayuda.

Revisión de herramientas IA comerciales para la generación y edición de voz (speech)

En un flujo audiovisual real, la voz suele ser el pegamento. Cuando no hay locutor, cuando falta una regrabación, o cuando se necesita doblaje rápido para una versión internacional, una herramienta de voz con IA puede sacar al equipo del apuro sin frenar la edición. Eso sí, aquí el tema ético pesa más: clonación, permisos, uso comercial y “qué se puede publicar” no son detalles, son parte del trabajo. Por eso, los costos se dejan claros en la Tabla 5.

a) ElevenLabs

URL oficial (herramienta): <https://elevenlabs.io/>

URL oficial (planes y precios): <https://elevenlabs.io/pricing>

ElevenLabs se posiciona como una plataforma de audio con IA que integra generación de voz (TTS), clonación de voz y utilidades como doblaje, con un enfoque de producción: crear narraciones, voces para personajes, anuncios y versiones localizadas para distintos públicos (por ejemplo, redes y piezas institucionales). En la práctica, el proceso suele ser bastante directo: se escribe un guion, se elige o se construye una voz y luego se exporta el audio para mezclarlo con música, ambiente y diálogos. Y es que cuando todo encaja el resultado puede sonar sorprendentemente natural, como si ya estuviera listo para entrar a edición sin tantas vueltas.

En cuanto al uso comercial la propia ayuda de ElevenLabs señala una regla simple y fácil de recordar. El contenido generado durante una suscripción pagada puede usarse comercialmente sin atribución mientras que el generado fuera de una suscripción pagada no puede usarse comercialmente y si se comparte de forma no comercial, exige atribución. También se advierte que ciertos servicios beta pueden tener restricciones adicionales para uso comercial (ElevenLabs, 2025).

Tabla 5

Comparación resumida de herramienta IA comercial para voz (speech)

Herramienta	Enfoque	Uso típico en producción audiovisual	Salida	Costos de suscripción (USD)
ElevenLabs	Voz (TTS), clonación y doblaje	Locución para videos, prototipos de personajes, versiones localizadas, apoyo en postproducción	Audio	Free: \$0/mes. Starter: \$5/mes. Creator: \$22/mes (en la página se muestra opción anual con descuento). Pro: \$99/mes. Scale: \$330/mes. Business: \$1320/mes. Enterprise: precio personalizado.

Nota. Los valores se toman del tarifario público de la plataforma; la página también indica opción de facturación anual con beneficio ("2 months free").

Revisión de herramientas IA comerciales para la generación de avatares

Los avatares no reemplazan un rodaje, pero sí resuelven un montón de piezas donde lo importante es la claridad del mensaje: tutoriales, capacitación, videos institucionales, campañas internas o contenido social de respuesta rápida. Además permiten mantener un “presentador” consistente sin depender de estudio, maquillaje o grabaciones repetidas. Los costos se consolidan en la Tabla 6.

a) HeyGen

URL oficial: <https://www.heygen.com/>

URL oficial (pricing): <https://www.heygen.com/pricing>

HeyGen se orienta a creación de video con avatar, pensado para piezas cortas y medianas que se producen por lotes: guion, avatar, voz, subtítulos y exportación. En su información pública de precios se diferencia un plan para creadores individuales y un plan para equipos por asiento, lo cual calza bien con dinámicas de agencias o departamentos de comunicación que trabajan en conjunto (HeyGen, 2025).

b) Synthesia

URL oficial: <https://www.synthesia.io/>

URL oficial (pricing): <https://www.synthesia.io/pricing>

Synthesia también trabaja el video con avatares, muy enfocado en entornos corporativos y educativos: presentaciones, inducciones, cursos, y contenido multilingüe. Un detalle práctico que lo vuelve atractivo en proyectos de formación es que la plataforma habla en “minutos de video” por plan, lo cual ayuda a planificar entregables mensuales sin perderse tanto en créditos (Synthesia, 2025).

Tabla 6
Comparación resumida de herramientas IA comerciales para avatares

Herramienta	Enfoque	Uso típico en producción audiovisual	Salida	Costos de suscripción (USD)
HeyGen	Avatares para videos (creación rápida)	Videos cortos para redes, promos, explicativos, piezas institucionales	Video	Creator: \$29/mes o \$24/mes con pago anual. Team: \$39/mes por asiento o \$30/mes por asiento con pago anual (mínimo 2 asientos). Enterprise: precio personalizado.
Synthesia	Avatares para videos (planificación por minutos)	Capacitación, comunicación interna, explicativos, localización	Video	Starter: \$29/mes o \$264/año. Creator: \$89/mes o \$804/año. Enterprise: precio personalizado.

Nota. Los valores se toman del tarifario público de la plataforma; la página también indica opción de facturación anual con beneficio ("2 months free").

Conclusiones

Conclusión 1: Se comprobó que, para ordenar de forma útil el panorama de IA en producción audiovisual, conviene trabajar por grupos funcionales y no por “una lista suelta” de apps. En los hallazgos aparecen, por un lado, herramientas orientadas a imagen y video (KREA, Freepik, Higgsfield, OpenArt, Runway, Luma, Hedra, Flow y Adobe Firefly) y, por otro, herramientas específicas para música (Suno, Udio), voz (ElevenLabs) y avatares (HeyGen, Synthesia). Se pudo así identificar y clasificar herramientas aplicables a etapas concretas del flujo de trabajo audiovisual como la preproducción, producción de piezas y postproducción. Además se apoyó en referencias comparativas (LMarena por ejemplo) para entender el contexto de los modelos que “mueven” varias plataformas.

Conclusión 2: En lo que respecta a accesibilidad y costos se pudo observar claramente un patrón importante: que casi todas permiten entrar a usarlas sin pagar (free, demo o trial) pero para su uso continuo (y consecuentemente con fines más serios) suele dependerse de alguna suscripción, créditos o consumo por unidad. Runway por ejemplo publica un plan gratuito y planes pagados (con anualidad visible) y Adobe Firefly mantiene un esquema similar con planes mensuales y opción de prueba. Para la voz y música no está solamente el elemento del precio, sino su licencia de uso. Según lo indicado por ElevenLabs, el contenido generado fuera de una suscripción pagada no puede ser usado de manera comercial, exigiendo que se incluyan atribuciones en usos no comerciales. Suno en cambio diferencia el uso comercial entre Basic (no comercial) y planes pagados (con uso comercial para canciones nuevas bajo suscripción). Con esto, el trabajo cumplió el objetivo metodológico de “prueba accesible” pero se vuelve imprescindible registrar también

la condición de uso, porque una herramienta “barata” puede salir cara si luego no permite publicar lo producido.

Conclusión 3: En lo referente al uso práctico, estas herramientas sí pueden integrarse como apoyo en tareas que normalmente consumen tiempo como generar recursos visuales para propuesta y storyboard, prototipar clips cortos, construir “temp music”, así como para probar ritmo emocional, hacer locuciones sintéticas cuando falta grabación y producir videos explicativos con avatares para piezas institucionales o educativas. Hay varias plataformas que ya ayudan a planificar el gasto por duración que se considera como algo clave en video. Por ejemplo Hedra muestra consumo de créditos por segundo según el modelo usado, facilitando presupuestar iteraciones sin improvisar y alineandose con el objetivo de describir cómo se integran al flujo, especialmente en tareas operativas.

Conclusión General: La Inteligencia Artificial Generativa vista desde estas herramientas no reemplaza al realizador ni al editor, pero sí cambia el ritmo del trabajo, acelerando pruebas, reduciendo fricción en la preproducción y ofreciendo alternativas rápidas cuando el equipo no tiene estudio, locutor o tiempo. En el día a día ese “empuje” puede marcar la diferencia entre quedarse en la idea o avanzar hacia una versión que ya se puede mostrar y ajustar. Al mismo tiempo deja una lección bien concreta para contextos formativos. No basta con “saber generar”, también hay que aprender a revisar licencias, estimar costos por créditos/duración y decidir qué parte del proceso sigue siendo humana sí o sí (criterio creativo, ética y coherencia narrativa).

Referencias

- Adobe. (3 de Diciembre de 2024). *Utilizar la extensión generativa en Premiere Pro para crear fotogramas adicionales*. Obtenido de Adobe Help Center: <https://helpx.adobe.com/la/premiere-pro/using/video/generative-extend-video.html>
- Adobe. (2025). *Adobe Firefly: Free generative AI for creatives*. Obtenido de Adobe: <https://www.adobe.com/products/firefly.html>
- Adobe. (3 de Diciembre de 2025). *Adobe Firefly: Planes*. Obtenido de <https://www.adobe.com/es/products/firefly/plans.html>
- Aduriz Sarabia, A. (4 de Febrero de 2025). *Inteligencia artificial en la producción audiovisual: Oportunidades y desafíos*. Obtenido de Panorama Audiovisual: <https://www.panoramaaudiovisual.com/2025/02/04/inteligencia-artificial-produccion-audiovisual-oportunidades-desafios/>
- AIVA Technologies. (2025). *AIVA, the AI music generation assistant*. Obtenido de AIVA Technologies: <https://www.aiva.ai>
- Alibaba Cloud. (3 de Diciembre de 2025). *Commercial launch of Wan2.5-preview*. Obtenido de <https://www.alibabacloud.com/en/events/wan2-5-preview-launch>
- Arboleda-Sánchez, J. D., Gómez-Medina, G., & Lalangui-Bustamante, M. (2025). Contenidos educacionales e inteligencia artificial: Formatos y habilidades para el diseño de recursos digitales. *Álabe*(31), 237-257. <https://doi.org/10.15645/Alabe.31.2025.11>
- AVisual PRO. (2025). *¿Cuáles son las fases de una producción audiovisual?* Obtenido de AVisual PRO Blog: <https://www.avisualpro.es/fases-produccion-audiovisual/>

Ayala de Sánchez, M. C., M. P., & Ramírez, P. (2025). Competencias digitales y la alfabetización en inteligencia artificial en estudiantes universitarios.

Prohominum, 7(1), 32-42. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0312>

Black Forest Labs. (2025). *Pricing*. Obtenido de Black Forest Labs:

<https://bfl.ai/pricing>

BytePlus. (3 de Diciembre de 2025). *Seedream 4.5 official API: Start for free*.

Obtenido de BytePlus: <https://www.byteplus.com/en/product/Seedream>

CapCut. (5 de Diciembre de 2025). *Free online video editor*. Obtenido de CapCut:

<https://www.capcut.com/tools/online-video-editor>

Descript. (2025). *Descript – AI video & podcast editor*. Obtenido de Descript:

<https://www.descript.com>

Descript, Inc. (2025). *Descript*. Obtenido de Descript: <https://www.descript.com>

Donnelly, J. (11 de Abril de 2021). *La evolución de la edición de video: De la*

moviola al aprendizaje automático. Obtenido de MASV:

<https://massive.io/es/realizacion-de-peliculas/la-evolucion-de-la-edicion-de-video>

Dueñas Mohedas, S., & Jiménez Alcarria, F. J. (2025). La integración de inteligencia artificial generativa en el flujo de trabajo de postproducción audiovisual: El

caso de La Mesías (Movistar Plus+, 2023). *Prisma Social*, 48, 96–121.

Obtenido de <https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/5680>

ElevenLabs. (2025). *Free text to speech online with lifelike AI voices*. Obtenido de

ElevenLabs: <https://elevenlabs.io/text-to-speech>

ElevenLabs. (2025). *Generador de voz IA gratis y plataforma de agentes de voz*.

Obtenido de ElevenLabs: <https://elevenlabs.io>

fal.ai. (2025). *Hunyuan Image Text to Image (v3)*. Obtenido de fal.ai:

<https://fal.ai/models/fal-ai/hunyuan-image/v3/text-to-image>

Fernández, B. J. (2025). Desafíos educativos en la enseñanza superior para integrar la inteligencia artificial en procesos de alfabetización digital. *Yachana*, 14(1).

Obtenido de <https://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/968>

Ferré, S. (10 de Septiembre de 2025). *ALAIN AFFLELOU presenta su promoción especial con un spot hecho con IA: La aventura de crecer con gafas, el*

primer spot de ALAIN AFFLELOU hecho con IA. Obtenido de

MarketingDirecto.com:

<https://www.marketingdirecto.com/creacion/aventura-crecer-gafas-primer-spot-alain-afflelou-hecho-ia>

Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *methaodos. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), m231102a10. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>

Freepik Company. (5 de Diciembre de 2025). *AI image generator*. Obtenido de

Freepik: <https://www.freepik.com/ai/image-generator>

Google. (3 de Diciembre de 2025). *Flow*. Obtenido de

<https://labs.google/fx/tools/flow>

Google. (2025). *Image generation with Gemini*. Obtenido de Google AI for Developers: <https://ai.google.dev/gemini-api/docs/image-generation>

Hedra. (3 de Diciembre de 2025). *Pricing plans*. Obtenido de

<https://www.hedra.com/plans>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

HeyGen. (5 de Diciembre de 2025). *Free AI video generator*. Obtenido de HeyGen:

<https://www.heygen.com/>

Higgsfield. (3 de Diciembre de 2025). *Higgsfield AI*. Obtenido de

<https://higgsfield.ai/>

Jironza Hidalgo, J. (2024). Análisis de la implementación de Inteligencia Artificial como herramienta de postproducción digital audiovisual. *Nawi: arte, diseño, comunicación*, 8(2), 165-177. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n2.a9>

Krea AI. (5 de Diciembre de 2025). *Krea: AI creative suite for images, video and 3D*. Obtenido de Krea: <https://www.krea.ai/>

Krea AI. (3 de Diciembre de 2025). *Ship week 25*. Obtenido de <https://www.krea.ai/blog/ship-week-25>

Kuaishou. (3 de Diciembre de 2025). *Kling AI upgrades to 2.5 Turbo for 1080p text-to-video*. Obtenido de <https://www.kuaishou.com/en/press/detail/kling-ai-upgrades-to-25-turbo-for-1080p-text-to-video>

LM Arena. (5 de 12 de 2025). *Leaderboard*. Obtenido de LM Arena: <https://lmarena.ai/leaderboard>

LM Arena. (5 de Diciembre de 2025a). *Text-to-image arena*. Obtenido de LM Arena: <https://lmarena.ai/leaderboard/text-to-image>

LM Arena. (5 de Diciembre de 2025b). *Text-to-video arena*. Obtenido de LM Arena: <https://lmarena.ai/leaderboard/text-to-video>

LM Arena. (3 de Diciembre de 2025c). *Changelog*. Obtenido de <https://lmarena.ai/changelog>

Luma AI. (3 de Diciembre de 2025). *Dream Machine pricing*. Obtenido de <https://lumalabs.ai/dream-machine/pricing>

- Mena Muñoz, S., & Mateos Abarca, J. P. (2024). Herramientas de inteligencia artificial generativas aplicadas a la edición audiovisual. Tipologías y disyuntivas. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(Esp.). <https://doi.org/10.24137/raeic.11.e.4>
- MiniMax. (3 de Diciembre de 2025). *Hailuo AI video subscription service terms*. Obtenido de <https://hailuoai.video/doc/payment-policy.html>
- Montalvo Valencia, J., & Yunga Patiño, E. R. (2020). Parámetros generales para la edición de videos en YouTube. *Parámetros generales para la edición de videos en YouTube*. <https://doi.org/10.16921/ciespal.14.12>
- OpenAI. (15 de Febrero de 2024). *Sora: Creating video from text*. Obtenido de OpenAI: <https://openai.com/sora>
- OpenAI. (3 de Diciembre de 2025a). *Sora 2 is here*. Obtenido de <https://openai.com/index/sora-2/>
- OpenAI. (3 de Diciembre de 2025b). *Sora 2 Pro model (OpenAI API docs)*. Obtenido de <https://platform.openai.com/docs/models/sora-2-pro>
- OpenArt. (3 de Diciembre de 2025). *Pricing*. Obtenido de <https://openart.ai/pricing>
- Runway. (31 de Marzo de 2025). *Introducing Runway Gen-4*. Obtenido de Runway Research: <https://runwayml.com/research/introducing-runway-gen-4>
- Runway. (3 de Diciembre de 2025). *Pricing*. Obtenido de <https://runwayml.com/pricing>
- Runway. (2025). *Runway: AI image and video generator*. Obtenido de Runway: <https://runwayml.com/>
- Suno. (5 de Diciembre de 2025). *Suno: AI music*. Obtenido de Suno: <https://suno.com/>

Suno. (6 de Noviembre de 2025b). *Terms of service*. Obtenido de

<https://suno.com/terms-of-service>

Synthesia. (5 de Diciembre de 2025). *Free AI video generator*. Obtenido de

Synthesia: <https://www.synthesia.io/features/ai-video-generator>

TikTok Pte. Ltd. (2025). *CapCut*. Obtenido de CapCut: <https://www.capcut.com/>

Udio. (5 de Diciembre de 2025). *Udio: AI music generator*. Obtenido de Udio:

<https://www.udio.com/>

UNESCO. (8 de Noviembre de 2023). *UNESCO acoge una diversidad de*

perspectivas en los sectores creativos para las políticas de la IA. Obtenido de

UNESCO: <https://www.unesco.org/es/articles/unesco-acoge-una-diversidad-de-perspectivas-en-los-sectores-creativos-para-las-politicas-de-la-ia>

UNESCO. (Septiembre de 2025). *Artificial intelligence and culture. Report of the*

Independent Expert Group on Artificial Intelligence and Culture (CULTAI).

Obtenido de UNESCO:

https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/09/CULTAI_Report%20of%20the%20Independent%20Expert%20Group%20on%20Artificial%20Intelligence%20and%20Culture%20%28final%20online%20version%29%201.pdf

UNESCO. (19 de Noviembre de 2025). *UNESCO presenta el Informe de Evaluación*

de Preparación para la IA en Ecuador. Obtenido de UNESCO:

<https://www.unesco.org/es/articles/unesco-presenta-el-informe-de-evaluacion-de-preparacion-para-la-ia-en-ecuador>

UNIR. (16 de Enero de 2025). *¿Qué es la producción audiovisual? Tipos, fases y*

equipo. Obtenido de UNIR: <https://www.unir.net/revista/artes/produccion-audiovisual/>

Vertex AI. (3 de Diciembre de 2025). *Veo 3.1 generate (model documentation)*.

Obtenido de Google Cloud: <https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/models/veo/3-1-generate>

Zambrano-Macias, J. I. (2025). Narrativas del futuro. Inteligencia artificial en la comunicación visual. *Revista Enfoques de la Comunicación*(13), 190-225.

Obtenido de

<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/24>

Anexos

Anexo A – Prompt único utilizado para comparar modelos text-to-image

Prompt aplicado (idéntico para todos los modelos):

Fotograma cinematográfico hiperrealista de 35 mm, estilo documental, de una estudiante de tecnología en comunicación en un laboratorio de edición audiovisual. Ella revisa en una laptop una línea de tiempo de video y, a su lado, hay una cámara sobre el trípode y un micrófono. En la pared del fondo se ve un afiche con el texto legible: 'PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ULEAM 2025'. Iluminación suave de tarde entrando por una ventana, colores naturales, profundidad de campo marcada, enfoque nítido en el rostro y la laptop, grano sutil de película, composición 16:9, sin marcas de agua, sin logotipos de marcas comerciales.

El prompt se ejecutó sin modificaciones en cada modelo para observar diferencias en coherencia de escena, realismo, manejo de texto dentro de la imagen, composición cinematográfica (16:9) y nivel de detalle. Elaboración propia.