

## IA y creación audiovisual en Colombia: Avances, desafíos y oportunidades

Franco Pinzón, Félix Eduardo<sup>(1)</sup> y  
Chamucero Sánchez, Alejandra<sup>(2)</sup>

---

**Resumen:** Este trabajo tiene como objetivo analizar el papel de la inteligencia artificial (IA) en la creación audiovisual colombiana. Para ello, se implementará una metodología mixta, según lo propuesto por Sampieri (2018), que incluirá una revisión bibliográfica, entrevistas y encuestas. La pregunta central que guía este estudio es: ¿Cómo contribuyen las inteligencias artificiales en las diferentes etapas del proceso creativo, de producción y postproducción de un proyecto en la industria audiovisual colombiana?. La motivación de esta investigación radica en el crecimiento significativo del uso de las IA en el ámbito audiovisual y en la necesidad de comprender su influencia e impacto en el contexto colombiano. El estudio busca identificar las principales tecnologías de IA empleadas en la industria audiovisual en Colombia y explorar su contribución a la creación de productos audiovisuales, destacando su potencial para transformar los procesos y lógicas creativas, así como su impacto en la industria. Se tomarán como referentes los trabajos de Manovich (2001), quien explora cómo la I.A ha revolucionado los procesos de producción audiovisual; Goodfellow, Bengio y Courville (2016), quienes analizan el aprendizaje profundo en la generación de contenidos; Pique (2016) y Sariz-Rivero (2024), quienes examinan el uso de la IA en la elaboración de productos audiovisuales y su impacto creativo.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial - Creación audiovisual - Industria colombiana - Postproducción - Innovación tecnológica

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 226]

---

<sup>(1)</sup> **Félix Eduardo Franco Pinzón.** Profesor del Programa Publicidad y Mercadeo. Fundación Universitaria Los Libertadores. Bogotá, Colombia Correo electrónico: effrancop@libertadores.edu.com

<sup>(2)</sup> **Alejandra Chamucero Sánchez.** Profesora Programa Comunicación Social-Periodismo. Fundación Universitaria Los Libertadores. Bogotá, Colombia. Correo electrónico: la-chamuceros@libertadores.edu.co

## Introducción

Según Rouhiainen (2018) la inteligencia artificial (IA) es la capacidad que tienen las máquinas para utilizar algoritmos, facilitar la toma de decisiones y aprender asemejándose a los procesos que haría un ser humano. La IA no es una tecnología actual, no obstante, en los últimos años ha tomado auge gracias a sus diversas y adaptables aplicaciones en diferentes dispositivos y contextos como la manufactura, el transporte, las finanzas, la ingeniería, la educación, entre otras industrias. Para HY, Arrobo-Agila, JP y Jaramillo, AR (2022), la aceleración del desarrollo informático, el aumento y velocidad de las conexiones, la proliferación de dispositivos móviles y diversos avances tecnológicos conforman un ecosistema digital nuevo, desconocido y en ocasiones, inquietante.

A pesar de que el término Inteligencia Artificial (IA) fue acuñado durante la conferencia de Dartmouth en 1956, la noción de máquina capaz de pensar se remonta a épocas antiguas. Por ejemplo, en la mitología griega se hace referencia al Autómata que es una estatua que cobra vida por merced de la gracia divina. Para 1943, los científicos en el campo de la neurociencia Warren McCulloch y Walter Pitts dieron origen a la primera neurona artificial, marcando el inicio y el paso en el desarrollo de la inteligencia artificial. Este descubrimiento sentó las bases para el desarrollo del primer programa de IA, en el Instituto de Estudios Avanzados de Princeton, gracias al desarrollo de *Logic Rheoris* en 1956 desarrollado por Allen Newell, J.C. Shaw y Herbert Simon. A raíz de ello, se han registrado notables avances en el campo de la (IA), destacando el desarrollo de algoritmos de aprendizaje autónomos y redes neuronales. Estos progresos han propiciado aplicaciones prácticas en diferentes ámbitos, incluyendo el procesamiento del lenguaje natural, los sistemas expertos y la visión por computadora (Abeliuk y Gutiérrez, 2021).

La industria audiovisual colombiana, ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, gracias a los estímulos económicos y formativos, gestados a través de políticas públicas, de inversiones privadas y apoyos de organizaciones culturales extranjeras que le apuestan al sector audiovisual nacional. Muestra de ello, es el informe de Cine en Cifras de Proimágenes, que, en su edición del 26 de abril de 2024, presenta el balance de asistencia de los públicos a las salas de cine y muestra que, de las 328 películas estrenadas durante el año 2023, el 12,1% fueron colombianas, lo que refleja el notable crecimiento de las producciones cinematográficas respecto a años anteriores. De igual manera, se ha visto este mismo comportamiento en el ámbito televisivo y en la creación de diversos productos para las plataformas de streaming, que permiten a los espectadores tener un mayor acercamiento a diversos tipos de contenidos como películas, series, documentales, entre otros. Este proceso de crecimiento ha generado un entorno ideal para la adopción de nuevas tecnologías, entre ellas, la inteligencia artificial que permite generar nuevas narrativas y optimizar los procesos en cada etapa de la creación audiovisual.

Sin duda alguna, la IA está desempeñando un papel crucial en la transformación de la creación audiovisual, pues ofrece herramientas innovadoras que optimizan cada etapa del proceso creativo, desde la concepción de ideas hasta la postproducción. La capacidad de la IA para analizar grandes volúmenes de datos y realizar tareas complejas, como la edición de video, la corrección de color y la creación de efectos especiales, ha permitido a los creadores explorar nuevas formas de narrativa visual y mejorar la calidad de sus productos. Así, la IA

no solo está revolucionando las técnicas tradicionales de producción, sino que también está abriendo nuevas posibilidades para el diseño de contenidos audiovisuales en Colombia.

La inteligencia artificial (IA) ha permitido avances significativos en la creación audiovisual, tanto en términos de tecnología como de expresión artística. En el campo del audiovisual experimental moderno, la imagen en movimiento se inserta dentro de un régimen informativo, caracterizado por una comunicación constante y una conexión continua (Han, 2022). En este entorno, el sujeto contemporáneo, siempre conectado y creyente de que la imagen digital es una forma de libertad de expresión, en este esquema el individuo se llena de información. Estos datos, producto de interacción constante con plataformas y dispositivos, encuentran en la imagen en movimiento un campo fértil para la creación y divulgación de contenidos audiovisuales, ligados al consumo de las mismas.

Esto se extiende al campo del video generativo, que alude a los videos creados por programas de IA o alterados y editados por algoritmos. En este aspecto, las posibilidades que ofrece la IA generativa para la creación de contenidos audiovisuales plantean grandes desafíos que van más allá de las del ámbito de propiedad intelectual y ético de uso de material circulante en internet. La capacidad que tiene la IA para generar contenido de manera autónoma e innovadora sugiere una ruptura en la forma tradicional de producción audiovisual, con una profunda implicación sobre la veracidad informativa, la propiedad intelectual y la creatividad humana (Franganillo, 2023). No se trata solo de la emancipación del material audiovisual “anónimo” que en principio estaría libre de derechos, sino de transformar la realidad, como lo describe Byung-Chul Han (2022) a través del concepto de “infocracia”.

Este escenario se completa cuando se revisa el impacto de la IA en la creación simulada de imágenes que recrean la realidad. Mientras que los recursos para producir imágenes más realistas y similares a las humanas avanzan, de igual manera, aumenta la producción de imágenes falsas. Esto da lugar a una dicotomía contemporánea: entre más perfeccionada se vuelve la capacidad de la IA para producir contenido visual, más se incrementa la producción de imágenes que desafían la autenticidad y verdad. En este sentido, el pensamiento de Nietzsche, citado por Han (2022), se aplican de manera significativa: “la verdad es una construcción social que permite la vida humana común”, lo que destaca la tensión entre la creación de contenido y la manipulación de la realidad en la era digital.

En este contexto de transformación, los estudiantes universitarios en Colombia se han convertido en actores clave en el uso y la integración de IA en el proceso de creación audiovisual (López-Ros, 2021). Gracias a los avances tecnológicos y la accesibilidad de herramientas basadas en IA, estos jóvenes creadores están explorando nuevas formas de producir contenidos innovadores que desafían las convenciones tradicionales, Betancourt and Betancourt (2023). Muchos de ellos, apoyados por el crecimiento de programas académicos enfocados en el audiovisual y las tecnologías emergentes, están utilizando algoritmos de IA para optimizar tareas complejas como la edición de video, la corrección de color, la creación de efectos visuales y hasta el diseño de narrativas interactivas. Esta adopción de la IA generativa no solo les permite acceder a recursos que antes eran exclusivos de grandes estudios, sino que también abre un amplio abanico de posibilidades creativas que les permite experimentar con el diseño de narrativas visuales que antes habrían sido imposibles de lograr. Sin embargo, esta incursión de la IA en el proceso creativo plantea nuevos desafíos éticos y legales, especialmente en lo relacionado con los derechos de autor

y la autenticidad de las imágenes generadas, temas que ya son objeto de debate en la industria audiovisual colombiana. Así, los estudiantes universitarios no solo son partícipes de una nueva ola creativa, sino también de una reflexión crítica sobre el impacto de la IA en la producción audiovisual y su capacidad para transformar la realidad representada en las pantallas (Betancourt & Betancourt, 2023).

Los avances tecnológicos impulsados por la inteligencia artificial (IA) no solo han transformado los procesos creativos, sino que también han dado lugar a espacios para la divulgación y exhibición de contenidos generados mediante estas herramientas. En Colombia, plataformas como *YouTube*, *TikTok*, e *Instagram*, así como festivales digitales y concursos especializados, han surgido como escenarios clave para que los creadores universitarios presenten sus obras basadas en IA. Según Rodríguez (2021), estas plataformas no solo permiten a los estudiantes alcanzar audiencias más amplias, sino que también fomentan la experimentación con nuevas narrativas y formatos audiovisuales que aprovechan las capacidades de los algoritmos para personalizar y adaptar el contenido a los gustos de los usuarios López-Ros (2021b).

Adicionalmente, iniciativas como hackatones y laboratorios creativos, organizados por instituciones educativas y culturales, promueven la creación colaborativa y el uso de la IA como herramienta para explorar temas innovadores y relevantes. Espacios como el *Bogotá Short Film Festival*, *Cinestesia Fest* y *Smart Films* han comenzado a incluir categorías específicas para producciones generadas con tecnologías emergentes, marcando un hito en la integración de la IA en la industria audiovisual nacional. Estas dinámicas no sólo redefinen las oportunidades de creación, sino que también posicionan a Colombia como un punto de referencia en la utilización de tecnologías avanzadas en el ámbito audiovisual. Si no también a nivel internacional como es el caso de Project ODYSSEY (*Project Odyssey*, n.d.).

## Metodología

La metodología de este artículo tiene un enfoque mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas, como lo propone Sampieri (2018), para responder a la pregunta central de la investigación, ¿Cómo contribuyen las inteligencias artificiales en las diferentes etapas del proceso creativo, de producción y postproducción de un proyecto en la industria audiovisual colombiana?

Este estudio utiliza un diseño exploratorio-descriptivo para mapear las percepciones y el uso de la inteligencia artificial en la creación audiovisual en Colombia, con especial énfasis en el impacto sobre estudiantes universitarios.

## El Diseño del estudio

Este estudio utiliza un diseño exploratorio-descriptivo para mapear las percepciones y el uso de la inteligencia artificial en la creación audiovisual en Colombia, con especial énfasis en el impacto sobre estudiantes universitarios.

### Fases de investigación:

**1. Revisión Bibliográfica:** Se realiza una revisión sistemática de literatura científica, informes de la industria y artículos académicos sobre la aplicación de IA en la creación audiovisual, especialmente en contextos educativos y emergentes. Las fuentes clave incluyen investigaciones de autores como Manovich (2001), Goodfellow, Bengio y Courville (2016) y Franganillo (2023), quienes analizan la IA en procesos creativos.

**2. Recolección de Datos:**

**a. Entrevistas Semiestructuradas:** Se entrevista a profesionales del sector audiovisual colombiano, docentes universitarios y estudiantes que utilizan IA en sus procesos creativos. Las entrevistas buscan explorar las percepciones sobre el impacto y las limitaciones de estas tecnologías en sus proyectos.

**b. Encuestas:** Se diseñan encuestas dirigidas a estudiantes universitarios de programas audiovisuales en universidades colombianas para identificar tendencias en el uso de herramientas de IA y su impacto en sus procesos de producción.

**3. Análisis de datos:**

**a. Cualitativo:** Se realiza el análisis de entrevistas y la identificación de patrones en las narrativas sobre el uso de IA.

**b. Cuantitativo:** Los datos de las encuestas se analizaron mediante estadística descriptiva con el uso de SPSS, buscando tendencias y correlaciones relevantes.

## Unidad de análisis

La investigación se centra en los estudiantes universitarios de programas relacionados con la creación audiovisual en Colombia que han experimentado con tecnologías de inteligencia artificial en sus producciones. Además, se incluyen espacios emergentes de divulgación como festivales digitales y plataformas sociales.

## Resultados

Para comprender las implicaciones de la Inteligencia Artificial (IA) en la producción audiovisual en Colombia, se realizaron entrevistas con expertos del sector, quienes brindaron una visión detallada sobre las aplicaciones, los beneficios y los desafíos que enfrenta la industria en la integración de estas tecnologías. Los resultados de estas entrevistas se complementan con los resultados obtenidos a partir de una encuesta realizada a estudiantes universitarios. A continuación, se presenta un cuadro resumen que recoge las perspectivas clave de los expertos, abordando tanto el impacto de la IA en la producción audiovisual, como los aspectos éticos, regulatorios e inclusivos que podrían marcar el futuro de esta tecnología en el país.

Tabla 1. Perspectiva de expertos sobre la IA en la producción audiovisual en Colombia.

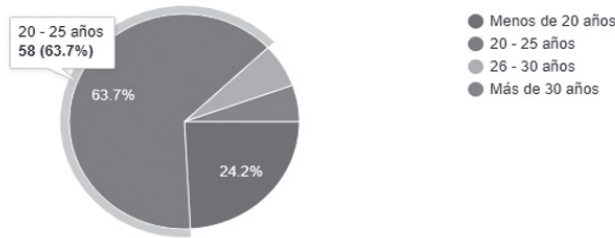
| Experto                 | Rol/Área de especialización                                                                           | Principales aportes y perspectivas sobre la IA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Simón Moreno            | Comunicador social periodista especializado en comunicaciones digitales para eventos cinematográficos | <ul style="list-style-type: none"><li>- La IA mejora la eficiencia en los procesos de producción audiovisual.</li><li>- Personalización de estrategias digitales que conectan mejor con las audiencias.</li><li>- Considera que estamos apenas descubriendo su potencial.</li></ul>                                                                                                                                                                   |
| Mauricio Ortiz          | Productor en Record Films                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>- La IA revoluciona herramientas de postproducción como Adobe Premiere y After Effects.</li><li>- Avances como limpieza de audio, eliminación de elementos en video, y optimización de tiempos.</li><li>- Herramientas como algoritmos para logística y planificación de rodajes.</li></ul>                                                                                                                     |
| Santiago Vargas Henao   | Director audiovisual reconocido por su trabajo en cine y televisión                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>- La IA automatiza procesos técnicos (edición, efectos visuales), ahorrando tiempo y ampliando posibilidades creativas.</li><li>- Aunque aún no la usa directamente, identifica expectativas a corto plazo para integrar estas herramientas en su trabajo creativo.</li></ul>                                                                                                                                   |
| Oscar Salazar Rojas     | Docente en derecho e industrias creativas digitales                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>- El marco regulatorio en Colombia está en desarrollo, con iniciativas como políticas públicas y proyectos de ley.</li><li>- Importancia del uso ético de la IA en la producción audiovisual.</li><li>- Necesidad de mayor investigación académica para aprovechar las oportunidades de estas tecnologías.</li></ul>                                                                                            |
| Jennifer Cohen          | Coordinadora de Educación y Cultura Digital en MinTIC                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>- Promoción de la alfabetización digital como clave para integrar la IA en las industrias creativas.</li><li>- La formación en IA es crucial para evitar obsolescencia profesional.</li><li>- Enfatiza el equilibrio entre el uso ético de la tecnología y la actualización constante de los profesionales del sector.</li></ul>                                                                                |
| Juan Camilo Salemi Mora | Asesor del Viceministerio de Transformación Digital                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>- La IA tiene un papel clave en hacer las producciones audiovisuales más accesibles (subtítulos automáticos, traducciones a lenguas indígenas, etc.).</li><li>- Importancia de políticas que fomenten un uso responsable, inclusivo y ético de la IA.</li><li>- La IA debe garantizar diversidad cultural y accesibilidad en las producciones audiovisuales, destacando la riqueza cultural del país.</li></ul> |

Fuente (elaboración propia, 2025).

Las entrevistas con expertos del sector exponen cómo la inteligencia artificial está modificando la industria. Su impacto se refleja en la optimización de procesos como la edición, la postproducción y la logística, así como en la personalización de estrategias digitales, facilitando tanto la eficiencia técnica como la creatividad. Adicionalmente, estas herramientas abren nuevas posibilidades narrativas y simplifican tareas complejas, acelerando la producción y mejorando la calidad final de los contenidos.

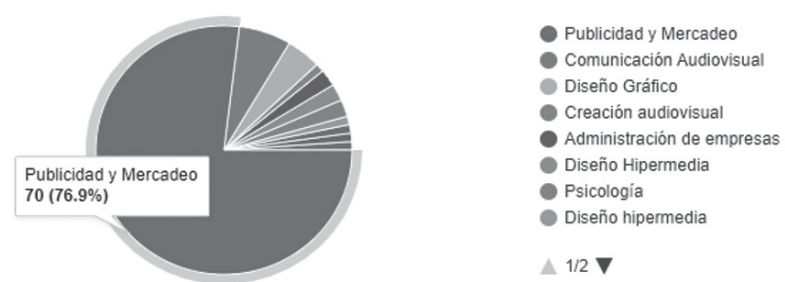
En términos regulatorios y educativos, se enfatiza la necesidad de un marco ético y de programas de alfabetización digital según Óscar Salazar Rojas, esto permitirá una adopción responsable y accesible de la IA. La tecnología no solo presenta desafíos legales y sociales, sino que también ofrece oportunidades inclusivas, como la creación de contenidos más accesibles y culturalmente diversos. Esto posiciona a la IA como una herramienta clave para fortalecer la industria audiovisual en Colombia, siempre que se garantice un enfoque ético y colaborativo.

Este artículo se enfoca en el papel de la inteligencia artificial (IA) en la creación audiovisual colombiana, particularmente a través de las perspectivas de estudiantes universitarios de distintas disciplinas relacionadas con los medios. Para complementar las entrevistas realizadas a profesionales del sector, se aplicó una encuesta titulada “Conocimiento y aplicación de la IA en la industria audiovisual”, dirigida a estudiantes de varias universidades de Bogotá. Según Sampieri (2018), este tipo de encuesta es exploratoria, ya que busca comprender la percepción y el conocimiento de los participantes sobre la integración de la inteligencia artificial en sus campos de estudio. Los resultados obtenidos proporcionan una visión clara sobre el nivel de conocimiento, las herramientas utilizadas, las etapas del proceso creativo en las que se aplica la inteligencia artificial, así como los beneficios, desafíos y perspectivas futuras que los estudiantes perciben respecto a su uso. Esta información complementa las entrevistas realizadas a expertos del sector, brindando un panorama más amplio sobre las oportunidades y los retos que la IA representa para la industria audiovisual en Colombia.



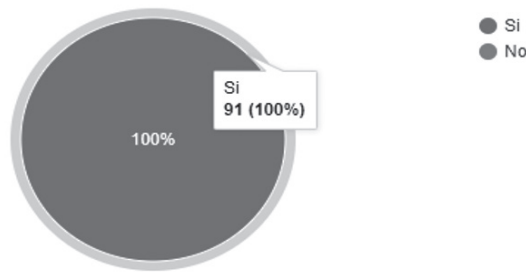
**Figura 1.** Distribución de edades de los participantes. Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms 2024.

La muestra está compuesta principalmente por estudiantes de entre 20 y 25 años, que representan el 63.7% del total, seguidos por un 24.2% de menores de 20 años. Este rango etario refleja una población joven, propia de los programas académicos encuestados, y es relevante porque los jóvenes suelen tener mayor disposición a explorar nuevas tecnologías como la IA. Esto sugiere que el interés en la inteligencia artificial dentro de la industria audiovisual podría estar influenciado por el acceso temprano a herramientas tecnológicas.



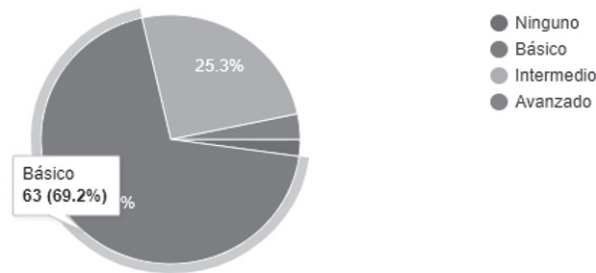
**Figura 2.** ¿Cuál es tu área de estudio principal? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms 2024

La gráfica refleja que el 76,9% de los participantes de la encuesta provienen del área de Publicidad y Mercadeo, consolidándose como la disciplina predominante en este estudio. Le siguen Comunicación Audiovisual (10%) y Diseño Gráfico (5%), que también representan áreas clave relacionadas con la industria audiovisual. Otros campos como Creación Audiovisual, Diseño Hipermedia y Psicología tienen una participación más limitada, con porcentajes que oscilan entre el 4% y el 1%. Esto indica que la mayoría de los encuestados tienen una formación directamente vinculada a procesos creativos y estratégicos, lo cual puede influir en su interés y conocimiento sobre la inteligencia artificial en la producción.



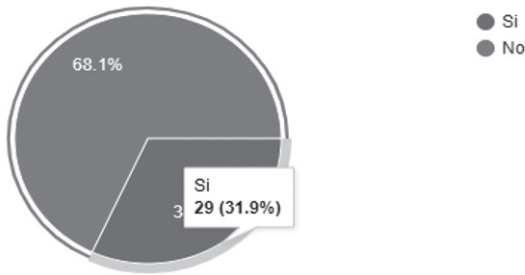
**Figura 3.** ¿Has oído hablar de IA? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms 2024.

Uno de los hallazgos más relevantes de la encuesta es que el 100% de los participantes afirmó haber oído hablar de la inteligencia artificial. Este resultado refleja el nivel de penetración del término en el ámbito académico y profesional de los estudiantes encuestados, lo que indica un terreno fértil para profundizar en sus aplicaciones y desafíos en la industria audiovisual.



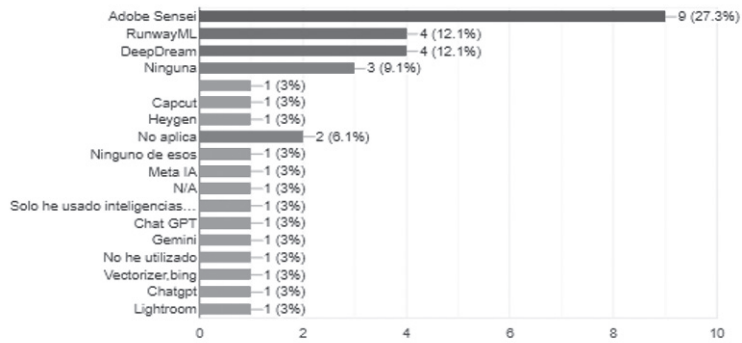
**Figura 4.** ¿Qué nivel de conocimiento tienes sobre IA? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

La pregunta sobre el nivel de conocimiento sobre inteligencia artificial (IA) muestra que la mayoría de los estudiantes encuestados tienen un conocimiento básico sobre el tema, representando un 69,2% (63 individuos). Un 25,3% manifestó tener un nivel intermedio, mientras que solo un pequeño porcentaje (3,3%) afirma tener un nivel avanzado. Este resultado indica una alta familiaridad inicial con la IA, aunque aún existe una oportunidad significativa para fortalecer el entendimiento y las habilidades avanzadas relacionadas con esta tecnología, especialmente en el contexto de su aplicación en la industria audiovisual. Estos datos reflejan la necesidad de programas de formación más especializados que profundicen en el tema y capaciten a los estudiantes para aprovechar plenamente las herramientas de IA.



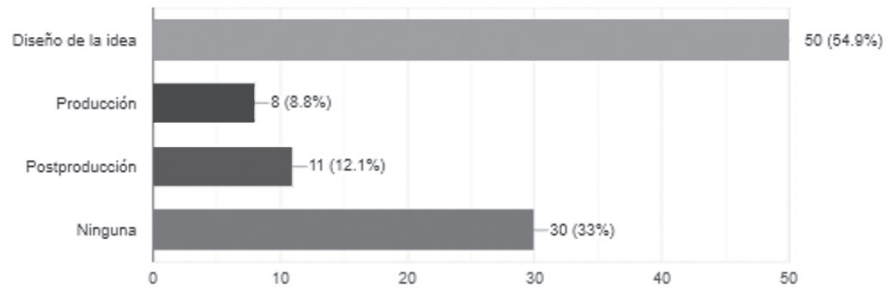
**Figura 5.** ¿Conoces alguna aplicación de IA en la industria audiovisual? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

En cuanto al conocimiento de aplicaciones específicas de inteligencia artificial en la industria audiovisual, el 31,9% de los encuestados manifestó estar familiarizado con estas herramientas, mientras que el 68,1% indicó no conocerlas. Este resultado pone en evidencia una brecha importante en el conocimiento práctico de la IA, a pesar de que su concepto general es ampliamente reconocido. La falta de familiaridad con aplicaciones concretas podría estar limitando su adopción en procesos creativos y técnicos.



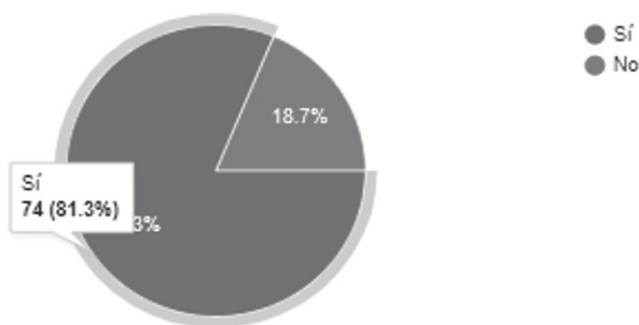
**Figura 6.** Si respondiste “sí” a la pregunta anterior ¿qué herramientas de IA has utilizado? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

De los encuestados que manifestaron conocer herramientas de IA en la industria audiovisual, las más mencionadas fueron Adobe Sensei (27,3%), seguida por RunwayML y DeepDream (12,1% cada una). Un 9,1% afirmó no haber utilizado ninguna, mientras que herramientas como ChatGPT , Capcut , Meta IA, entre otras, tuvieron una incidencia mínima, con menos del 4% de uso cada una. Estos datos reflejan una tendencia hacia herramientas de edición y producción integradas a ecosistemas conocidos, aunque también evidencian la necesidad de mayor divulgación sobre otras soluciones innovadoras.



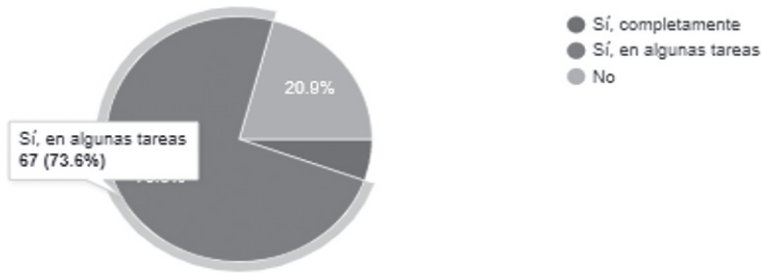
**Figura 7.** ¿En qué etapas del proceso creativo se ha utilizado IA? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

El uso de herramientas de inteligencia artificial en el proceso creativo audiovisual se concentra mayoritariamente en la etapa de diseño de la idea (54,9%), lo que resalta la utilidad de la IA para conceptualizar y desarrollar propuestas iniciales. Las etapas de producción (8,8%) y postproducción (12,1%) muestran un uso significativamente menor, lo que puede reflejar la menor integración de estas tecnologías en tareas más técnicas o prácticas. Sin embargo, un 33% de los encuestados afirmó no haberlo utilizado. IA en ninguna etapa, indicando que aún hay una barrera de entrada para algunos profesionales o estudiantes en el sector.



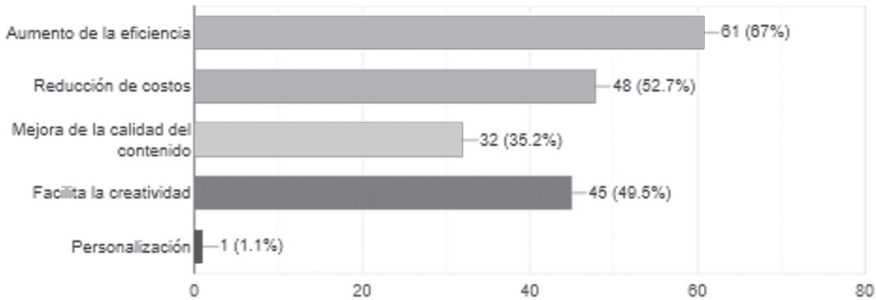
**Figura 8.** ¿Crees que el uso de IA mejora la calidad del contenido audiovisual? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

El 81,3% de los encuestados considera que la inteligencia artificial mejora la calidad del contenido audiovisual, reflejando una percepción mayoritaria de su potencial para optimizar la producción y elevar los estándares de los productos audiovisuales. No obstante, un 18,7% se mostró escéptico, lo que podría estar vinculado a preocupaciones sobre la autenticidad o la posible estandarización del contenido. Este resultado destaca la necesidad de explorar más a fondo los impactos específicos de la IA en la calidad y cómo las herramientas pueden equilibrar la innovación y la creatividad humana en este sector.



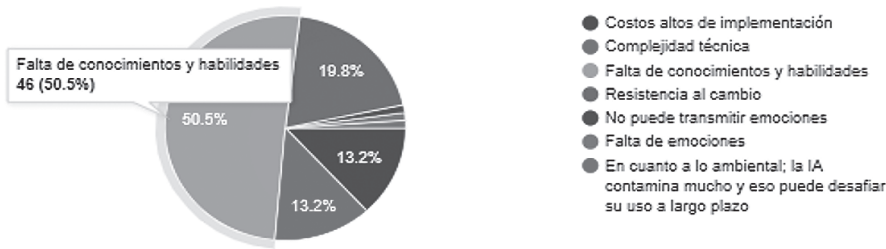
**Figura 9.** ¿Consideras que la IA puede reemplazar el trabajo humano en la industria audiovisual? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

El 73.6% de los encuestados considera que la inteligencia artificial podría reemplazar el trabajo humano en algunas ocasiones dentro de la industria audiovisual, señalando una percepción predominante de complementariedad entre ambos. Sin embargo, el 20.9% cree que la IA no reemplazará el trabajo humano, subrayando el valor insustituible de la creatividad y el juicio humano en ciertos procesos. Solo un 5.5% piensa que la IA podría reemplazar completamente al ser humano, reflejando un nivel bajo de confianza en una automatización total. Este panorama muestra que, aunque se reconoce la capacidad transformadora de la IA, persiste la necesidad de integrar su uso de manera ética y equilibrada.



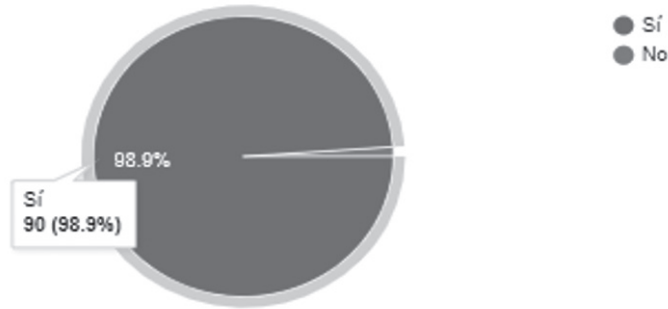
**Figura 10.** ¿Qué beneficios crees que aporta la IA a la industria audiovisual? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

El beneficio más destacado que los encuestados atribuyen a la inteligencia artificial en la industria audiovisual es el aumento de la eficacia (67%), seguido de la reducción de costos (52.7%) y la facilidad para impulsar la creatividad (49.5%). Menos de la mitad de los participantes (35,2%) reconoce una mejora en la calidad del contenido, y solo un 1,1% señala la personalización como un beneficio significativo. Estos resultados subrayan que los estudiantes perciben la IA como una herramienta que optimiza procesos y recursos, aunque todavía no la visualizan como un factor clave para personalizar o transformar profundamente el contenido audiovisual.



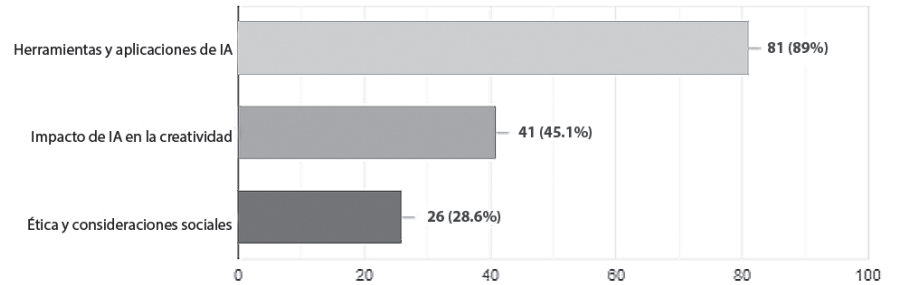
**Figura 11.** ¿Cuáles crees que son los principales desafíos o limitaciones del uso de IA en la industria audiovisual? Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

Los principales desafíos identificados por los encuestados con relación al uso de IA en la industria audiovisual se centran en la falta de conocimientos y habilidades, con un 50.5% de los participantes señalando esta barrera. Además, la resistencia al cambio (19,8%) y la complejidad técnica (13,2%) se destacan como limitaciones significativas. Aunque un menor porcentaje (13,2%) menciona los costos altos de implementación como un obstáculo, también se perciben preocupaciones más específicas como la falta de emociones que puede generar la IA en los contenidos, y la idea de que esto podría “contaminar” el proceso creativo. Estos desafíos reflejan la necesidad de formación técnica y un enfoque crítico en la integración de la IA dentro de los procesos audiovisuales.



**Figura 12.** *¿Te gustaría aprender más sobre el uso de IA en la industria audiovisual?* Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

Un 98.9% de los encuestados expresó su interés en aprender más sobre el uso de la inteligencia artificial en la industria audiovisual, lo que demuestra un alto nivel de curiosidad y disposición para profundizar en el tema. Este dato subraya el reconocimiento generalizado de la IA como una herramienta clave en el sector, generando un deseo de comprender mejor su aplicación y potencial. Solo un pequeño porcentaje, el 1.1%, indicó que no le gustaría ampliar sus conocimientos sobre este tema, lo que resalta la creciente relevancia de la IA en el ámbito audiovisual y la necesidad de educación y formación en este campo emergente.



**Figura 13.** *¿Qué temas específicos te gustaría explorar más a fondo?* Fuente: cuestionario en línea aplicado a los estudiantes mediante un enlace web desde la plataforma Google Forms, 2024.

La mayoría de los encuestados (89%) se mostraron especialmente interesados en explorar las herramientas y aplicaciones de IA en la industria audiovisual, lo que refleja un enfoque práctico y técnico sobre cómo la inteligencia artificial puede ser implementada de manera efectiva en los procesos de producción. El impacto de la IA en la creatividad ocupa el segundo lugar, con un 45.1%, lo que indica un interés por comprender cómo esta tecnología puede influir en la capacidad creativa humana y la evolución de las narrativas audiovisuales. Finalmente, un 28,6% manifestó su interés en el tema de la ética y consideraciones sociales, un área crucial dado que el uso de la IA plantea cuestionamientos sobre su impacto en el empleo, la propiedad intelectual y la autonomía de los creadores. Estos resultados destacan el deseo de los estudiantes de abordar tanto los aspectos técnicos como los éticos y creativos de la inteligencia artificial.

## Conclusiones

A partir de la recolección de información realizada con expertos en el sector audiovisual y los resultados obtenidos de las encuestas a estudiantes universitarios, se pueden extraer conclusiones importantes sobre la relevancia de la Inteligencia Artificial (IA) enfocada a la creación de contenidos audiovisuales y sus implicaciones en la educación y práctica profesional.

En primer lugar, los resultados indican que la IA está optimizando diferentes procesos en la producción de contenidos audiovisuales, tal como señalan los entrevistados que trabajan en el sector audiovisual colombiano, Herramientas como Adobe Sensei están transformando la edición de audio y video, así mismo como la incorporación de estas en los programas de Adobe, al automatizar tareas complejas y reducir ostensiblemente los tiempos de producción, lo que se alinea con la percepción de los profesionales en formación que, en su mayoría, según este estudio, reconocen los beneficios de la IA en la mejora de la calidad del contenido audiovisual. Pero también conlleva desafíos, por la falta de conocimiento técnico y los costos de estas, que limita la aplicación efectiva, como lo evidencian las respuestas de los encuestados que mencionan la falta de habilidades y conocimiento en IA, adicionalmente de la constante y rápida evolución de estas, esto como algunas de las barreras para su adopción. En este sentido, es evidente la necesidad de una mayor formación en IA, tanto en los programas académicos como en los entornos profesionales, para maximizar su potencial.

En cuanto a los desafíos éticos y regulatorios, los expertos entrevistados, como Óscar Salazar y Jennifer Cohen, subrayan la importancia de desarrollar normativas claras sobre el uso de la IA, especialmente en relación con los derechos de autor y la ética en el manejo de datos. Estos aspectos son igualmente relevantes para los estudiantes, quienes expresan interés por explorar más sobre los impactos éticos y sociales de la IA en la industria. En este contexto, la formación sobre ética y las implicaciones sociales de la IA es crucial para asegurar un uso responsable de estas tecnologías en el ámbito audiovisual.

Finalmente, los expertos destacan que la llegada de la IA tiene un gran potencial para promover la inclusión y la accesibilidad en la industria, mejorando la representación cultural

y facilitando el acceso a contenidos para personas con discapacidad. Esta prospectiva se refleja en las respuestas de los estudiantes, quienes reconocen la importancia de la IA para facilitar la creatividad y mejorar la producción, aunque también subrayan que la creatividad y la emoción humana sigue siendo insustituible. En resumen, aunque la IA está mostrando un gran potencial para transformar la industria audiovisual, su integración efectiva dependerá de la educación, la formación ética y el desarrollo normativo que se implementará en los próximos años.

Este análisis reafirma la inferencia que la IA debe ser vista como una herramienta complementaria que optimiza procesos, pero que no reemplaza la creatividad humana en la producción audiovisual.

## Referencias bibliográficas

- Abeliuk, A. y Gutiérrez, C. (2021). Historia y evolución de la Inteligencia Artificial. Revista Bits de Ciencia, 21, 14-21. Recuperado de <https://revistasdex.uchile.cl/index.php/bits/article/download/2767/2700>
- Betancourt, A. y Betancourt, A. (22 de noviembre de 2023). ¿Cómo impacta la inteligencia artificial a la industria audiovisual? *ENTER.CO*. <https://www.enter.co/cultura-digital/entretenimiento/como-impacta-la-inteligencia-artificial-a-la-industria-audiovisual/>
- Franganillo Fernández, Jorge. 2023. «La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos». *Methaodos* 11(2):m231102a10. <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press.
- Han, Byung-Chul. 2022. *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Tradução de Gabriel S. Philipson. Petrópolis RJ: Vozes.
- López-Ros, SR (2021, 16 de agosto). *La AI transformará el sector audiovisual - Perspectiva y contexto*. Perspectiva y Contexto. <https://blogs.lavanguardia.com/perspectiva-y-contexto/2021/08/15/la-ai-transformara-el-sector-audiovisual-57710/>
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press
- Proyecto Odisea. (Sin fecha). <https://www.projectodysey.ai>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Romero, HY, Arrobo-Agila, JP y Jaramillo, AR (2022) La inteligencia artificial en la narrativa sonora. estudio de caso.
- Rouhiainen, L. P. (2018). *Inteligencia Artificial. 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Alienta Editorial. Recuperado de: [https://static0planetadelibroscom.cdnstatics.com/libros\\_contenido\\_extra/40/39308\\_Inteligencia\\_artificial.pdf](https://static0planetadelibroscom.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf)

---

**Abstract:** This paper aims to analyze the role of artificial intelligence (AI) in Colombian audiovisual creation. For this purpose, a mixed methodology will be implemented, as proposed by Sampieri (2018), which will include a literature review, interviews and surveys. The central question guiding this study is: How does artificial intelligence contribute to the different stages of the creative, production and post-production process of a project in the Colombian audiovisual industry? The motivation for this research lies in the significant growth of the use of AI in the audiovisual field and the need to understand their influence and impact in the Colombian context. This study seeks to identify the main AI technologies used in the audiovisual industry in Colombia and explore their contribution to the creation of audiovisual products, highlighting their potential to transform creative processes and logics, as well as their impact on the industry. The work of Manovich (2001), who explores how AI has revolutionized audiovisual production processes; Goodfellow, Bengio and Courville (2016), who analyze deep learning in content generation; Pique (2016) and Sariz-Rivero (2024), who examine the use of AI in the development of audiovisual products and its creative impact, will be taken as references.

**Keywords:** Artificial intelligence - Audiovisual creation - Colombian industry - Postproduction - Technology innovation

**Resumo:** Este trabalho visa analisar o papel da inteligência artificial (IA) na criação audiovisual colombiana. Com esse fim, foi implementada uma metodologia mista, conforme proposta de Sampieri (2018), que inclui revisão bibliográfica, entrevistas e levantamentos. A questão central que norteia este estudo é: Como as inteligências artificiais contribuem nas etapas do processo criativo, de produção e pós-produção de um projeto na indústria audiovisual colombiana? A instigação para esta pesquisa reside no crescimento significativo do uso da IA no campo audiovisual e na necessidade de compreender a sua influência e impacto no contexto colombiano.

O estudo procura identificar as principais tecnologias da IA utilizadas na indústria audiovisual na Colômbia para compreender a sua contribuição na idealização de produtos audiovisuais, destacando o seu potencial para transformar processos e lógicas criativas, bem como o seu impacto na indústria. Foram tomadas como referências as obras de Manovich (2001), que explora como a IA revolucionou os processos de produção audiovisual; Goodfellow, Bengio e Courville (2016) analisam o aprendizado profundo na geração de conteúdo; Pique (2016) e Sariz-Rivero (2024) examinam o uso da IA no desenvolvimento de produtos audiovisuais e seu impacto criativo.

**Palavras chave:** Inteligência artificial - Criação audiovisual - Indústria colombiana - Pós-produção - Inovação tecnológica.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---