

A woman with long dark hair is smiling and pointing her right index finger towards a laptop screen. She is wearing a light-colored sweater. The background is dark and out of focus.

Caso práctico: Crear Spot para TV: Plantear la idea a ChatGPT



01 Creatividad publicitaria en la era IA

La IA generativa como aliada creativa

La inteligencia artificial generativa se integra en el proceso creativo como una herramienta más, sin sustituir el valor de la creatividad humana.

Creatividad humana en el centro del proceso

En publicidad y arte, la mirada humana sigue siendo insustituible. La IA generativa aporta propuestas, pero la **dirección creativa**, las decisiones narrativas y el criterio estético recaen en la persona creativa o el equipo.

El flujo de trabajo más sólido sitúa a la creatividad humana en el centro y usa la IA como **apoyo para explorar caminos**, agilizar tareas repetitivas y visualizar ideas que después se pulen con sensibilidad y experiencia.

Impacto en la forma de trabajar

El uso de IA generativa transforma el proceso creativo de manera similar a cuando se incorporaron los ordenadores o internet: no elimina el rol creativo, sino que modifica las herramientas disponibles.

- **Acelera** la exploración de conceptos al proponer múltiples alternativas en minutos.
- **Facilita** la visualización temprana del spot mediante textos, imágenes o pre-storyboards.
- **Ayuda** a articular narraciones, claims y estructuras de anuncio que después se ajustan manualmente.

Continuidad histórica de las herramientas

La IA se suma a una larga lista de herramientas potenciadoras del trabajo humano: libros, calculadoras, ordenadores, teléfonos, GPS o internet han permitido trabajar mejor, no dejar de pensar.

En este mismo sentido, la IA generativa funciona como un **copiloto creativo**: asiste, sugiere y amplifica la capacidad de idear y producir, mientras las decisiones clave siguen en manos humanas.

Ventajas de combinar talento creativo e IA

La colaboración entre personas creativas e inteligencia artificial permite optimizar tiempos y calidad sin renunciar a la originalidad y al control conceptual.

Exploración masiva de ideas

Permite generar rápidamente múltiples enfoques de campaña, claims y narrativas que después se filtran y refinan mediante criterio profesional.

Prototipado visual rápido

Ayuda a esbozar storyboards y visuales preliminares del spot, facilitando la conversación interna y el alineamiento de la visión creativa.

Iteración eficiente

Hace posible testar versiones alternativas de escenas, tonos y narraciones en poco tiempo, reduciendo el coste de experimentación.

Apoyo en guion y narración

Ofrece borradores de textos para voz en off, descripciones de escenas y ritmos narrativos sobre los que trabajar y mejorar.



La IA generativa resulta más valiosa cuando la persona creativa mantiene el control del concepto y usa la tecnología como copiloto, no como sustituto.

Colaboración entre creatividad humana e IA generativa

Cada fase del proceso creativo del spot puede beneficiarse de la IA, manteniendo claras las responsabilidades humanas.

Fase del proceso creativo	Aportación de la persona creativa	Aportación de la IA generativa
Definición del concepto	Detectar el problema de comunicación, formular la idea central y decidir el posicionamiento deseado.	Sugerir metáforas, enfoques alternativos y ejemplos basados en el briefing proporcionado.
Desarrollo del storytelling	Elegir el arco narrativo, el tono emocional y la coherencia con la marca y el público.	Proponer estructuras de relato, diálogos iniciales y posibles transiciones entre escenas.
Diseño del storyboard	Seleccionar qué escenas se incluyen, su ritmo y la progresión visual del anuncio.	Generar desgloses escena por escena con descripciones de visuales y sugerencias de narración.
Recursos visuales y sonoros	Marcar estilo visual, identidad de marca y tipo de música o voz en off apropiados.	Ofrecer ideas de estilos de imagen, atmósferas sonoras y referencias musicales o de ritmo.
Ajuste final del spot	Tomar decisiones definitivas sobre montaje, duración, mensajes clave y cierre del anuncio.	Probar variantes que permitan comparar opciones antes de la selección final.



02 Diseñar un spot con ChatGPT

Idea creativa del spot televisivo

El anuncio se construye a partir de un concepto que conecta la historia del progreso humano con la inteligencia artificial y la formación especializada.

Eje conceptual: personas en movimiento e imparables

La idea central parte de que, a lo largo de la historia, las personas han estado en constante movimiento y crecimiento, mejorando su vida y su trabajo como sociedad.

Ese progreso se ha apoyado en herramientas como libros, calculadoras, ordenadores, teléfonos, GPS e internet, que han permitido ser más eficientes y ambiciosas sin perder el protagonismo humano.

La IA como nueva herramienta y copiloto

En esa secuencia histórica, la **inteligencia artificial** se presenta como la herramienta más reciente, entendida como **copiloto** que acompaña y guía en el progreso, no como reemplazo.

- Refuerza la idea de que la tecnología amplifica el potencial humano.
- Permite visualizar cómo la IA se integra en el trabajo diario.
- Conecta con el deseo de seguir avanzando y “volverse imparable”.

Vinculación con la formación en IA aplicada

El concepto se une a los cursos y másteres en inteligencia artificial aplicada de Founderz Business School, como vía para perder el miedo a la IA y aprender a utilizarla.

El mensaje del spot destaca que la combinación de formación en IA y experiencia personal permite seguir la línea histórica del progreso y convertirse en una persona imparable en el propio ámbito profesional.

Pasos para co-crear el spot con ChatGPT

El uso de ChatGPT permite articular el concepto en un storyboard estructurado que sirve de base para todo el proyecto.

-  **Definir el concepto y el briefing:** Antes de recurrir a la IA, se concreta la idea central del anuncio, su objetivo (por ejemplo, promocionar másteres de IA aplicada) y los elementos clave que deben aparecer.
-  **Indicar el rol de ChatGPT:** En el mensaje inicial se especifica que actúe como *experto en creatividad publicitaria*, para orientar sus respuestas hacia la lógica de un spot profesional.
-  **Describir el anuncio y la idea principal:** Se explica que se desea un spot de televisión sobre cursos y másteres de inteligencia artificial aplicada de Founderz, basado en la historia del progreso humano gracias a las herramientas.
-  **Pedir un desglose escena por escena:** Se solicita que ChatGPT genere un **storyboard** del anuncio, con cada escena acompañada de una descripción visual y una narración o voz en off sugerida.
-  **Revisar y ajustar el material generado:** El equipo creativo analiza las escenas propuestas, descarta lo que no encaja, modifica lo necesario y adapta el contenido al conocimiento real de la marca y del público.

6

Convertir el guion en storyboard visual: A partir del desglose final, se construyen viñetas tipo cómic, que más adelante servirán como base para generar **imágenes y vídeos con IA** y para definir la música y la voz en off.

Componentes clave de un buen prompt para spots

La calidad del resultado de ChatGPT depende en gran medida de cómo se formula el mensaje inicial o prompt.

Rol experto definido

Indicar que el sistema actúe como **experto en creatividad publicitaria** orienta la respuesta hacia estructuras y recursos propios del sector.

Briefing claro y completo

Especificar que el anuncio promociona cursos y másteres de IA aplicada de Founderz y que será emitido en televisión.

Idea central detallada

Explicar la metáfora del progreso humano a través de herramientas como libros, calculadoras, ordenadores, teléfonos, GPS, internet e IA como copiloto.

Petición de estructura escénica

Solicitar expresamente un **desglose escena por escena**, con descripción visual y narración, facilita la construcción posterior del storyboard.

Del texto al storyboard visual

El desglose generado por ChatGPT se transforma en una guía gráfica que ayuda a planificar imágenes, animaciones y montaje del spot.

Transformar escenas en viñetas

Cada escena propuesta suele incluir un **visual** y una **narración**. A partir de estas descripciones, se pueden crear viñetas tipo cómic que representen los momentos clave del anuncio.

Este storyboard permite evaluar el ritmo, la coherencia de la historia y el peso de cada etapa del progreso humano hasta llegar a la inteligencia artificial.

Base para generación de imágenes y vídeo

Las viñetas del storyboard sirven después como referencia para generar imágenes con IA y, más adelante, **animaciones o vídeos** basados en esas imágenes.

- Definir el estilo visual general (realista, ilustrado, futurista, etcétera).
- Identificar elementos clave que deben aparecer en cada escena (personas, herramientas, entornos).
- Planificar cómo se pasará de una escena a otra para mantener la sensación de movimiento y progreso.

Orientaciones sobre música y voz en off

Al pedir a ChatGPT ideas para un spot, suele sugerir también **estilos de música** y características de la **voz en off** adecuadas al tono del anuncio.

Estas sugerencias no sustituyen el trabajo de selección o producción musical, pero ofrecen una guía útil para definir atmósfera sonora y ritmo narrativo en fases posteriores.



El storyboard generado con IA debe considerarse un borrador para hacer brainstorming: la versión final del spot depende del criterio creativo humano.



Creado por Victoria, AI Founderz Fellow, y aprobado por el equipo de Founderz.



Última actualización 5 de diciembre de 2025



Este documento fue originalmente generado por la IA y revisado por nuestro equipo humano. En Founderz, utilizamos la IA de forma responsable y transparente.