



Video con IA

Movimiento, cámara, efectos y storytelling para creativos

Del prompt visual al relato audiovisual.

CLASE 4

IA GENERATIVA PARA PUBLICISTAS, DISEÑADORES Y CREATIVOS

Objetivo de la clase

Aprender a pensar, escribir y dirigir prompts para video con IA, entendiendo que el video no es solo "una imagen que se mueve", sino una secuencia con tiempo, cámara, acción, ritmo, continuidad, sonido, emoción y propósito narrativo.

📄 **Mensaje central:** En video IA no se describe una imagen. Se dirige una transformación en el tiempo.



Hoy aprenderemos a dirigir video con IA

Al finalizar la clase podrás:

01

Diferenciar modalidades

Text-to-video, image-to-video y video-to-video.

02

Escribir prompts claros

Usar lenguaje de cámara, movimiento y ritmo.

03

Crear piezas reales

Reels, spots, teasers y campañas.

04

Dominar herramientas

Kling, Seedance, Higgsfield, Veo, Grok y Runway.

05

Reconocer riesgos éticos

Rostros, deepfakes y suplantación.

Ejemplos que aprenderemos

Texto a Video



Epic cinematic drone shot flying over a dense tropical rainforest at sunrise, low fog lifting from the trees, smooth forward motion, 4k video quality



A fashion model walking down a wet rainy city street at night, neon light reflections on her leather trench coat, confident stride, natural hair movement with the wind



An elegant silk fabric cape flowing majestically in a high-velocity wind tunnel, smooth aerodynamic folds, studio lighting, hyper-realistic cloth simulation look

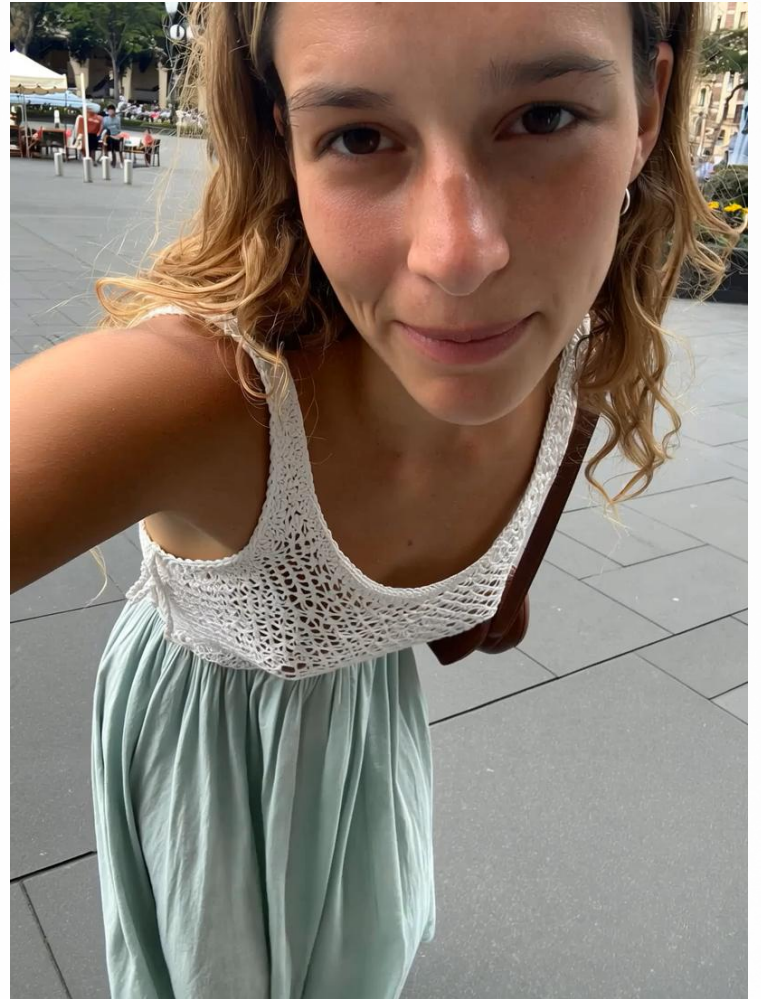


A dramatic dolly zoom shot of a man standing in the middle of a subway platform, the subject stays the same size while the background distorts and compresses, psychological thriller aesthetic

Imagen a Video







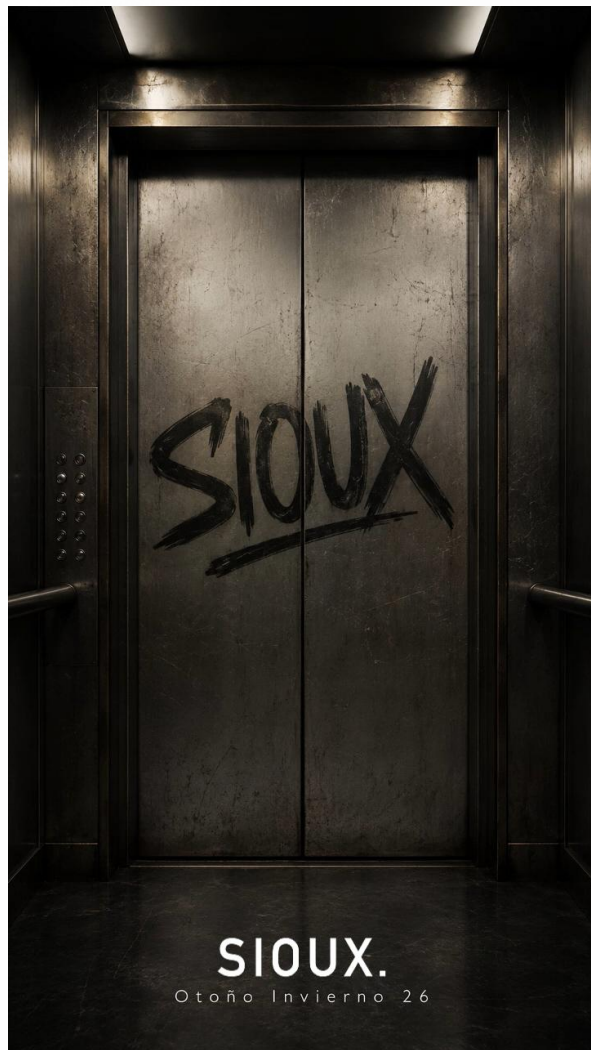












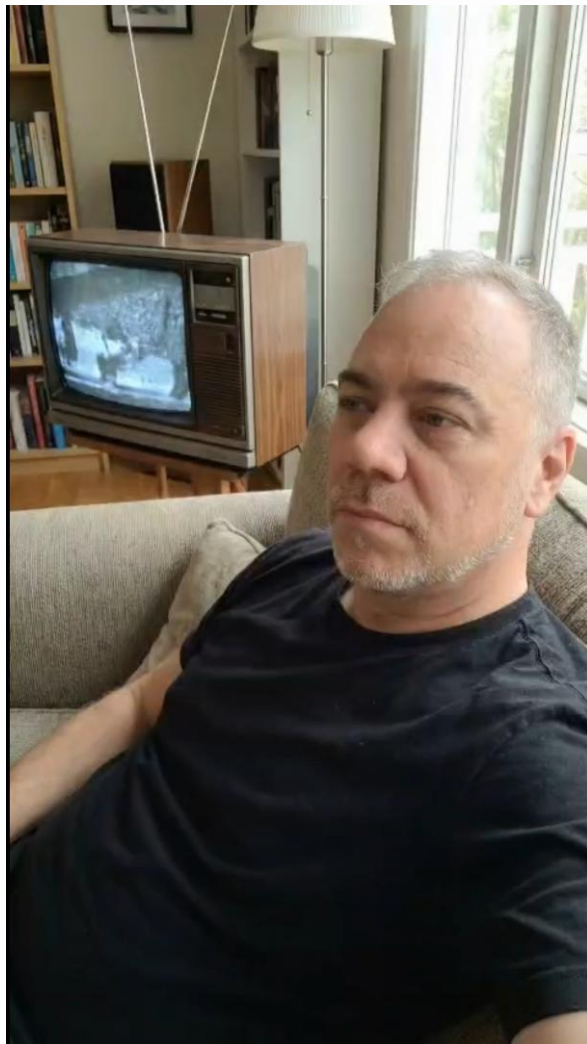
SIOUX.

Otoño Invierno 26









Referencia / Actor / Video

한화 6	D 두산 2	1-1
P. 박상일 9	6. 양익지 2타수 0안타	▼ 6
캐스터 이준혁 · 해설 이준일		

신한 Sol-Bank KBO 리그 **SBS Sports** LIVE

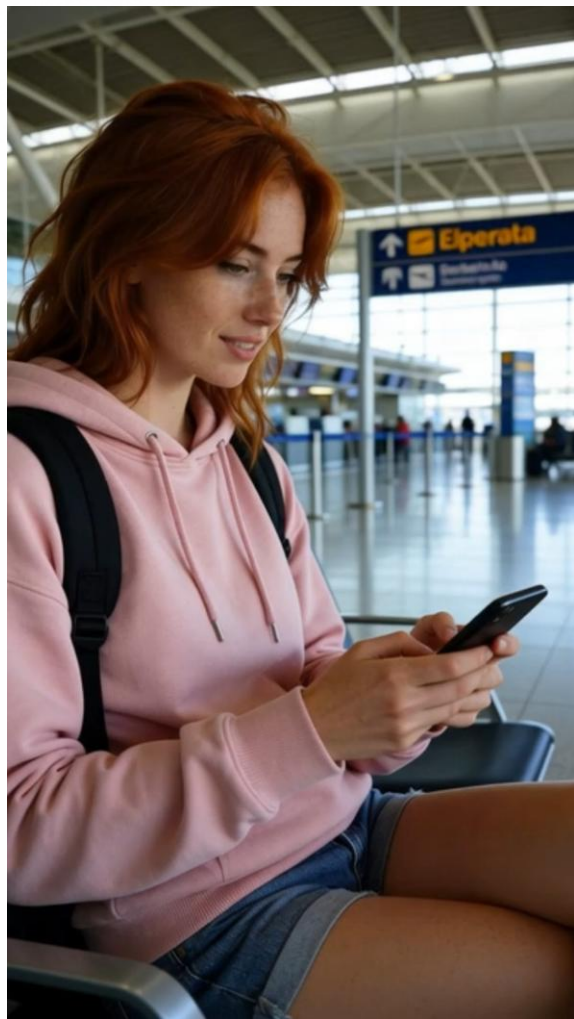














Video a Video

Realidades Alteradas



TikTok

@brain.labs



























¿Por qué muchos videos IA se ven raros aunque la imagen inicial sea buena?

Porque una buena imagen no garantiza buen movimiento.

Una imagen puede ser visualmente impecable, pero cuando se mueve puede fallar: manos, rostros, perspectiva, física, objetos, cámara o continuidad. Por eso el video necesita otra forma de dirección.

Imagen = composición. Video = transformación.

La imagen pregunta:

¿Qué se ve?

Una composición estática, un instante capturado.

El video pregunta:

¿Qué ocurre, cómo se mueve y qué cambia?

El prompt debe describir qué ocurre desde el segundo 1 hasta el último segundo. En imagen pensamos en composición; en video pensamos en evolución.



La IA genera movimiento. El creativo dirige intención.

La IA puede generar:

- Movimiento y cámara
- Transiciones y escenas
- Efectos y animaciones
- Audio en algunas plataformas

El creativo define:

- Idea, ritmo y gancho
- Emoción y marca
- Audiencia y uso final

El riesgo del video IA es dejarse llevar por el efecto. En publicidad, el efecto debe estar al servicio de una idea.



¿Para qué sirve el video IA en creatividad?

Contenido social

Reels, TikToks y teasers de campaña.

Preproducción

Storyboards animados y previsualización de comerciales.

Producto y marca

Animación de key visuals, moda, retail y gastronomía.

Presentaciones

Turismo, efectos especiales de bajo costo y pitches a cliente.



No todo debe convertirse en video

Antes de generar, pregunta:

→ **¿El movimiento agrega valor?**

¿La historia necesita video o bastaba una imagen potente?

→ **¿El formato será consumido como video?**

¿La idea mejora con cámara, ritmo o acción?

→ **¿El tiempo agrega significado?**

El video tiene sentido cuando la dimensión temporal aporta algo que la imagen no puede.

Tip: piensa primero en una escena simple



Los mejores primeros videos IA suelen tener una acción clara, un sujeto principal y un movimiento de cámara simple.

Para empezar, evita:

Demasiados personajes

Muchas acciones simultáneas o cambios bruscos.

Escenas largas sin foco

Texto complejo dentro del video.

Rostros famosos

Marcas reconocibles sin permiso.

Tres formas principales de crear video IA

Text-to-video

Desde un prompt escrito. Explora conceptos y mundos visuales desde cero.

Image-to-video

Desde una imagen inicial. Mayor control sobre estética, personaje y escena.

Video-to-video

Desde un video base o referencia. Transforma o estiliza material existente.

Cada modalidad sirve para algo distinto. La elección depende del nivel de control visual que necesites.

TEXT-TO-VIDEO

Partir desde cero

Sirve para idear escenas, probar conceptos, crear mundos visuales, explorar efectos y visualizar una idea rápidamente.

 **Riesgo:** Menor control visual si el prompt es ambiguo. Si necesitas un personaje o estilo muy preciso, conviene partir desde una imagen.

IMAGE-TO-VIDEO

Animar una imagen dirigida

Sirve para animar key visuals, dar vida a fotografías IA, crear reels y mantener estética visual. Ideal para campañas y piezas sociales.

 **Riesgo:** La herramienta puede deformar detalles al moverlos.



VIDEO-TO-VIDEO

Transformar material existente

Sirve para cambiar estilo, aplicar estética, convertir video real en animación, crear efectos visuales y experimentar con contenido grabado.



Riesgo: Puede alterar identidad, rostros o detalles importantes. Requiere mucho cuidado si hay personas reales, marcas o derechos de imagen.

Para escribir video, hay que hablar en lenguaje audiovisual

Un prompt de video es una mini dirección audiovisual. Mientras más claro sea el movimiento, mejor será el resultado.



La cámara es parte del prompt

Si no indicamos cámara, la IA decide — y muchas veces elige un movimiento genérico. La cámara debe tener intención narrativa.

Movimientos de traslación

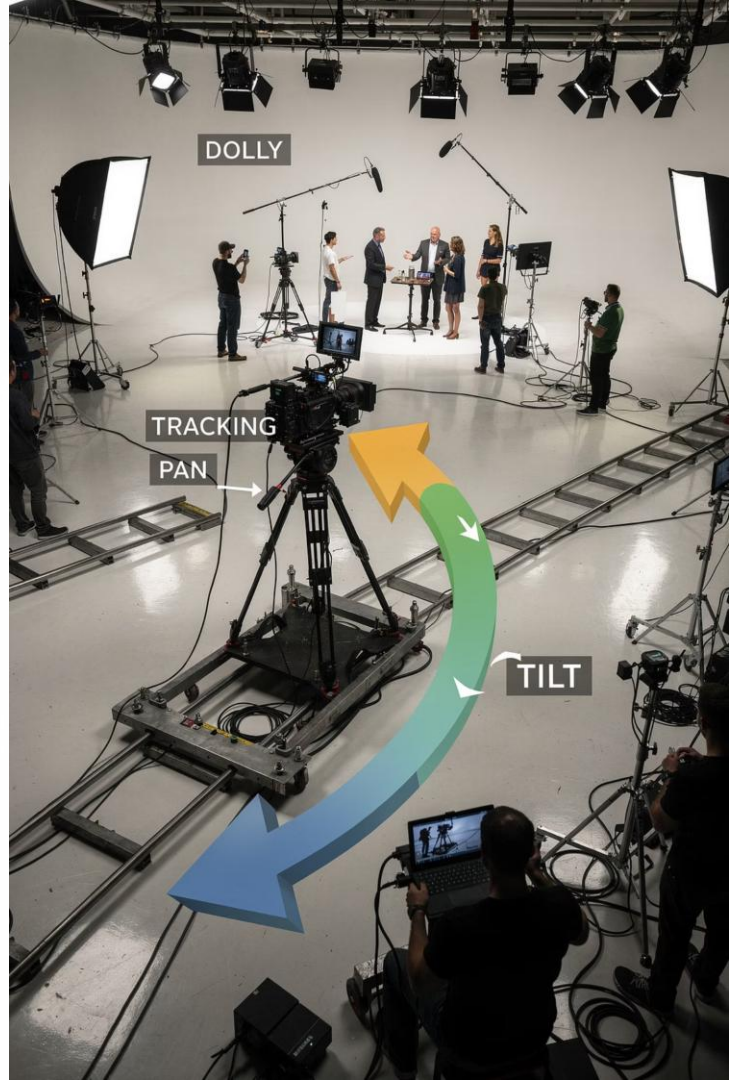
Dolly in / out, travelling lateral, plano secuencia.

Movimientos de eje

Pan, tilt, cámara en mano, cámara subjetiva.

Velocidad y ángulo

Cámara lenta, cámara cenital, ángulo bajo.



La acción debe ser clara y posible

Si pedimos demasiadas acciones en pocos segundos, el video puede fallar. Una acción clara suele funcionar mejor que una escena saturada.



Acciones de personaje

Caminar, mirar a cámara, tomar un producto, abrir una puerta, brindar, correr en una dirección.



Acciones de objeto

Girar lentamente, levantar un objeto, producto recibiendo luz, objeto transformándose.

El tiempo cambia la escritura del prompt

Para 5 a 8 segundos:

- Una acción principal
- Un movimiento de cámara
- Una emoción
- Una transformación

Para 15 segundos:

- Mini relato completo
- Tres momentos diferenciados
- Inicio, desarrollo y cierre

Un video corto no puede contar todo. Debe contar una cosa bien.

Ritmo: la energía invisible del video

El ritmo debe responder al objetivo de comunicación. Un perfume puede necesitar movimiento lento; una bebida energética puede necesitar cortes rápidos o cámara dinámica.

Lento y elegante

Perfumes, lujo, contemplación.

Rápido y energético

Bebidas, deporte, juventud.

Tenso y dramático

Narrativas, campañas sociales.

Cinematográfico

Turismo, storytelling de marca.

La luz también se mueve

En video, la luz no solo ilumina: puede evolucionar. Eso aporta profundidad, emoción y realismo.

Luz dinámica

Reflejos cambiantes, luz de neón
parpadeante, sombras en movimiento.

Luz ambiental

Atardecer entrando por ventana, contraluz
dramático, ambiente nocturno húmedo.

Luz de estudio

Luz girando sobre producto, reflejos elegantes sobre superficies.

Aunque no todas las herramientas generen audio, el sonido debe pensarse

Un video pensado sin sonido está incompleto. Aunque la herramienta no genere audio, el prompt y el guion deben considerar qué se escucharía.



Música y ambiente

Música, sonido ambiente, texturas sonoras.



Efectos y voz

Efectos de sonido, voz en off, golpes, silencios.



Transiciones sonoras

Cortes de audio, fundidos, cambios de atmósfera.

Herramientas principales de video IA

No necesitamos dominarlas todas. Necesitamos entender para qué sirven y en qué etapa del flujo pueden aportar.

 Kling Seedance Higgsfield Veo Grok Runway Luma Pika CapCut IA

Kling: realismo, movimiento y video desde imagen

Útil para:

- Image-to-video
- Escenas realistas
- Producto en movimiento
- Moda y personas
- Planos cinematográficos
- Clips cortos para redes
- Animación de fotografías

Consejo clave:

Usarlo con imagen inicial fuerte y acción simple. Kling funciona especialmente bien cuando la escena está bien definida desde el inicio.

Tips para Kling

1 Parte con una imagen clara

Define una sola acción principal e indica un movimiento de cámara simple.

2 Evita escenas con demasiadas manos

Cuida rostros y detalles. Usa prompts breves pero precisos.

3 Repite si el movimiento no resulta natural

En herramientas de video, la claridad gana. Si el prompt intenta hacer demasiado, el modelo puede deformar la escena.



Explore

Assets

Omni

Generate

Kling AI Anniversary II Creation Showreel Contest

Showcase Your Creative Journey with Kling AI!

Kling Native 4K, One-Click Output

Limited-Time Up to 20% Off for Subscribers



Omni Does It All

Experience Now



Image Generation →



Video Generation →



Motion Control →



Kling Canvas →



Avatar 2.0 →

Recommended Follows Events

Search

Publish

For You Shorts Sports Live 4K 3.0 Model Motion Control Creatives







Ir a Kling

Higgsfield: efectos, movimiento y contenido social

Image-to-video

Efectos llamativos y transiciones para videos cortos.

Contenido para redes

UGC visual, influencers virtuales y movimiento de personajes.

Dinamismo e impacto

Muy atractivo para piezas con movimiento o efectos de alta energía.



Tips para Higgsfield

Pensar en formato 9:16 desde el inicio

Usar una imagen base potente y elegir un efecto que tenga sentido con la idea.

Evitar efectos solo por moda

Mantener coherencia con la marca. Probar variaciones cortas.

Cuidar que el resultado no parezca plantilla genérica

El efecto no debe comerse la idea. En redes, el impacto importa, pero la marca y el mensaje también.

Higgsfield (si, nuevamente)

[Explore](#) | [Image](#) [Video](#) [Audio](#) | [Supercomputer](#) New [MCP & CLI](#) New [Collab](#) [Plugins](#) New [Marketing Studio](#) [Cinema Studio](#) [AI Influencer](#) [Canvas](#) [Apps](#)

Ctrl K [Upgrade](#) 30% Off [Assets](#) 



 Anime  Dramatic  Warm

HIGGSFIELD PLUGIN FOR PHOTOSHOP

Real Time turns your sketch into a finished image as you draw



ONIMORI: Age of Mappo

[REMIX](#)

MEET HIGGSFIELD GAMES

Available on Higgsfield and in Claude via Higgsfield MCP



Add fans and fireworks

HIGGSFIELD PLUGIN FOR DAVINCI RESOLVE

Generate footage in your timeline, draw on a clip to edit, and apply AI-generated...

INTRODUC

Crisp vector

SUPERCOMPUTER New

Agents, automation, skills, connectors, AI drive & more

[Try now](#)

G Image

Nano Banana Pro

Generate high-quality visuals

Seedance 2.0 Video

Create high-quality videos in seconds

Marketing Studio TRENDING

Launch full campaigns from one prompt

MCP & CLI New

Turn Claude into a creative engine

Higgsfield Canvas New

Generate stunning media with AI canvas

Cinema Studio 3.5

Create cinematic scenes effortlessly

[Ir a Higgsfield](#)

Seedance: video multimodal y escenas complejas

Útil para:

- Escenas cinematográficas
- Movimiento dinámico
- Uso de referencias
- Narrativas cortas
- Publicidad experimental
- Estética más ambiciosa

Advertencia:

Revisar disponibilidad, derechos y restricciones de uso. Para creatividad publicitaria puede ser muy interesante, pero exige cuidado por temas de propiedad intelectual y rostros.

ByteDance | Seed

Home

Models

Blog & Publication

Join Us

EN

中文

Click to unmute

Seedance 2.0

Seedance 2.0 adopts a unified multimodal audio-video joint generation architecture that supports text, image, audio, and video inputs, leading to the most comprehensive multimodal content reference and editing capabilities in the industry.

Tech Blog

Try Now

Get API

Compare Now

Click to unmute

Ir a Seedance

Veo: video cinematográfico con audio y realismo

Útil para:

- Escenas cinematográficas
- Realismo físico
- Videos con audio nativo
- Narrativas visuales y storytelling
- Previsualización audiovisual

Lección para creativos:

Veo integra video con capacidades audiovisuales avanzadas. Cada vez más, el prompt de video deberá incluir imagen, movimiento y sonido de forma integrada.

Veو 3.1

State-of-the-art video generation with granular control

[→ Get started](#)

[Docs](#)

Ir a Veو3

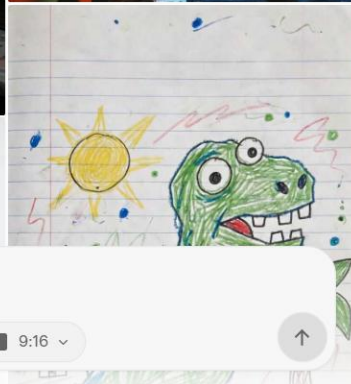
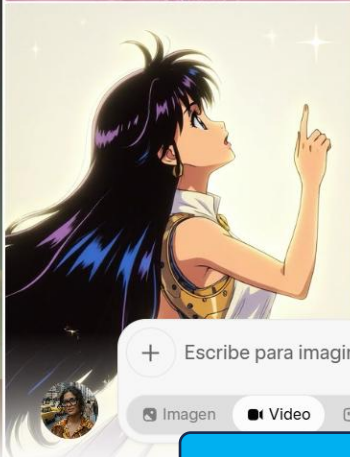
Grok: velocidad, cultura digital e ideas sociales

Útil para:

- Contenido rápido e ideas para redes
- Cultura de internet y tendencias
- Clips experimentales
- Piezas de tono más provocador

Advertencia:

Revisar siempre pertinencia, derechos y riesgos reputacionales. No todo lo que funciona como tendencia funciona como comunicación de marca.



>>



+ Escribe para imaginar

Imagen

Video

Agent

480p

720p

6s

10s

9:16



Ir a Grok

Runway: video creativo, control y consistencia

Una de las herramientas históricamente más relevantes en video generativo. Muy útil para creativos que quieren experimentar con control, estilo y continuidad.

Generación y referencias

Generación de clips con referencias visuales y consistencia de escena.

Producción creativa

Experimentación audiovisual y flujos más profesionales.

Conceptos de campaña

Ideal para desarrollar ideas de campaña con coherencia visual.



Otros referentes del ecosistema

Sora

Video generativo avanzado dentro del ecosistema OpenAI. Alta calidad y coherencia narrativa.

Luma Dream Machine

Video desde texto e imagen, útil para exploración rápida de conceptos visuales.

Pika

Videos cortos, efectos, social content y experimentación creativa de bajo costo.

El ecosistema cambia rápido. Lo importante no es memorizar todas las plataformas, sino entender qué tipo de tarea resuelve cada una.

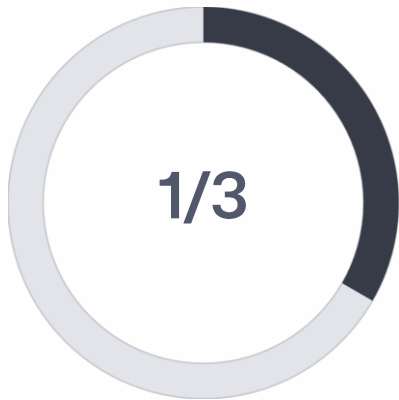
¿Qué herramienta usar según necesidad?

Necesidad	Herramientas sugeridas
Animar imagen	Kling, Higgsfield, Luma
Video realista	Kling, Veo, Runway
Efectos sociales	Higgsfield, Pika, Grok
Storytelling cinematográfico	Veo, Runway, Seedance
Contenido rápido	Grok, Higgsfield, Pika
Experimentación publicitaria	Runway, Kling, Higgsfield
Imagen + video + campaña	Higgsfield, OpenAI, Runway

Esta matriz es práctica, no definitiva. Ayuda a elegir según objetivo.

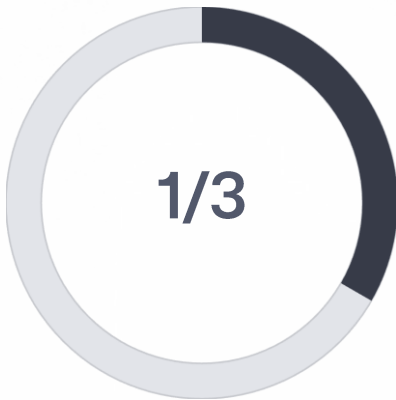
No evalúes solo si se ve bonito

Un video IA puede ser espectacular y aun así inútil para una campaña si no comunica lo que debe comunicar.



Movimiento y física

Natural, coherente, creíble.



Rostros, manos y cámara

Sin deformaciones, con intención.



Marca y usabilidad

Ritmo, continuidad, audio y uso final.

Fórmula base de prompt para video

 Esta fórmula es la base. Luego se ajusta según herramienta y objetivo.

Genera un video de [DURACIÓN] segundos en formato [FORMATO].
El sujeto principal es [SUJETO].
La acción es [ACCIÓN].
La escena ocurre en [LUGAR/CONTEXTO].
La cámara [MOVIMIENTO DE CÁMARA].
El estilo visual es [ESTILO].
La iluminación es [LUZ].
El ritmo debe ser [RITMO].
Debe transmitir [EMOCIÓN].
Evita [RESTRICCIONES].

Pedir video no es dirigir video

✗ Prompt débil:

"Haz un video de un perfume."

✓ Prompt dirigido:

"Genera un video vertical 9:16 de 8 segundos para un perfume premium. El frasco está sobre piedra negra mojada, rodeado de vapor suave. La cámara hace un dolly in lento hacia el producto. Iluminación dramática lateral, reflejos elegantes, atmósfera nocturna y sensual. Movimiento fluido, sin texto, sin manos, sin personas."

El segundo prompt describe tiempo, cámara, atmósfera, luz, emoción y restricciones.

Video IA para producto

"Video vertical 9:16 de 7 segundos. Una zapatilla urbana blanca gira lentamente sobre concreto húmedo. Reflejos de neón azul y magenta se mueven sobre el material. Cámara en travelling circular suave, iluminación nocturna cinematográfica, sensación premium y juvenil. Sin texto, sin personas, sin logos inventados."

Producto en video necesita deseo, textura y movimiento controlado.





Video IA para moda

"Video vertical 9:16 de 8 segundos. Una modelo joven camina por una calle urbana al atardecer usando una chaqueta oversized y jeans. Cámara baja siguiendo el movimiento, viento suave en la ropa, actitud segura, estética editorial streetwear, luz dorada natural, fondo urbano realista. Sin deformaciones en rostro ni manos."

En moda, el movimiento de la ropa, la actitud y el contexto son tan importantes como la prenda.



Video IA para comida

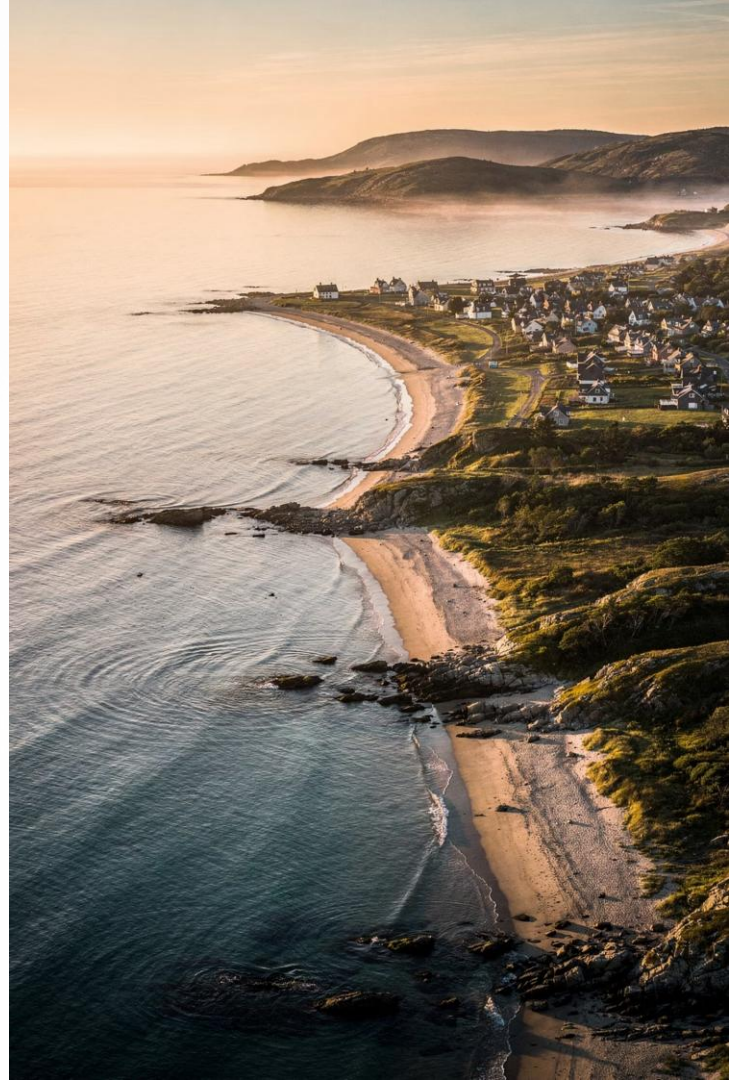
"Video de 6 segundos, formato 4:5. Primer plano de un plato de comida peruana contemporánea sobre mesa de madera. Vapor suave, salsa brillante cayendo lentamente, luz cálida lateral, cámara macro con movimiento sutil hacia adelante. Sensación apetecible, artesanal y premium. Evitar aspecto plástico o ingredientes irreales."

En gastronomía, el video debe activar deseo: textura, temperatura, brillo y cercanía.

Video IA para turismo

"Video horizontal 16:9 de 10 segundos. Cámara aérea avanza lentamente sobre un paisaje costero al amanecer, con luz dorada, mar tranquilo y pequeñas casas en la distancia. Estética documental cinematográfica, colores naturales, atmósfera de descubrimiento y calma. Sin multitudes, sin edificios irreales, sin clima exagerado."

Turismo requiere belleza, pero también credibilidad. Si el lugar parece inventado, pierde valor.



Video IA para campaña social

"Video vertical 9:16 de 8 segundos. Una persona joven en una ciudad mira su celular, se detiene, respira y guarda el teléfono mientras observa a su alrededor. Cámara en mano suave, luz natural urbana, tono humano y reflexivo. Debe transmitir pausa, conciencia y reconexión. Sin dramatismo excesivo, sin lágrimas, sin texto."

- ✓ No todo video debe ser espectacular. A veces la emoción funciona mejor desde lo simple.

Video IA para efectos especiales

"Video vertical 9:16 de 7 segundos. Una lata de bebida energética sobre una mesa urbana comienza a emitir líneas de luz azul que se expanden como ondas eléctricas. La cámara hace un acercamiento rápido, gotas de condensación vibran, la energía ilumina el entorno. Estilo cinematográfico, impacto visual alto, sin explosiones violentas, sin texto."

Los efectos especiales deben estar conectados al beneficio o emoción de marca.

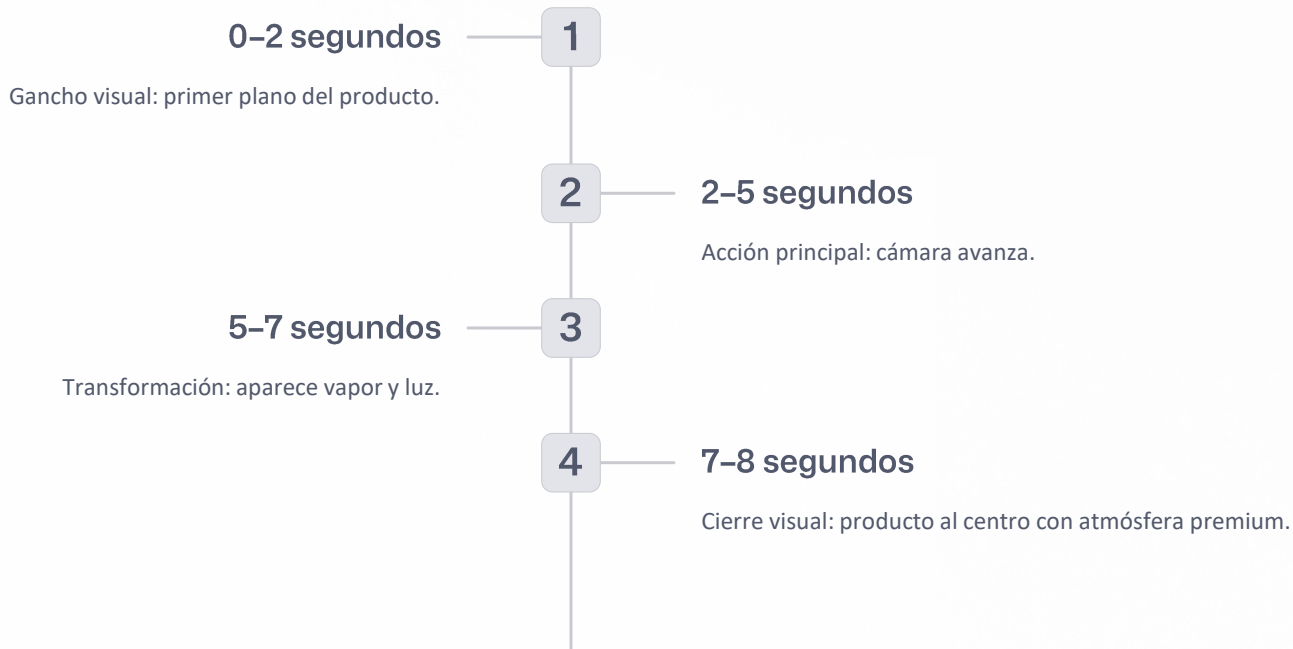


Storyboard animado con IA

Antes de generar clips, podemos pedir a la IA que estructure un storyboard. Eso mejora el resultado final.

 **Prompt ejemplo:** "Crea una descripción de storyboard para un video vertical de 15 segundos dividido en 5 escenas. Marca: café de especialidad chileno. Objetivo: mostrar la pausa del día como un pequeño lujo cotidiano. Cada escena debe incluir plano, acción, cámara, sonido sugerido y emoción."

Cuando el video es complejo, divide por tiempo



Dividir el prompt por tiempo ayuda a dirigir mejor escenas complejas.

Los efectos deben servir a la idea

El efecto por efecto se agota rápido. El efecto con concepto puede construir memoria de marca.



Efectos narrativos

Transformaciones, producto que cobra vida, cambio de estación, metáforas visuales.



Efectos de impacto

Energía visual, mundos imposibles, moda surrealista, arquitectura dinámica.

Transiciones: útiles, pero peligrosas si son vacías

✓ Buenas transiciones:

- Cambian una emoción
- Revelan producto
- Muestran antes/después
- Transforman contexto
- Conectan escenas

✗ Malas transiciones:

- Solo buscan impacto
- No tienen relación con la marca
- Parecen plantilla genérica
- Confunden el mensaje

En TikTok y Reels, las transiciones funcionan muy bien. Pero deben tener sentido con la idea.

Animar no es solo mover

Para diseñadores, esto es clave: una gráfica puede transformarse en una pieza audiovisual sin partir desde video tradicional.

Fotografías e ilustraciones

Dar vida a imágenes estáticas y collages.

Personajes y productos

Animar figuras, objetos y elementos de marca.

Tipografías y escenarios

Moodboards, textos animados y ambientes completos.



Rostros: el territorio más delicado



La capacidad técnica no significa permiso ético o legal. En marcas, este punto puede ser crítico.



No usar rostros reales sin permiso

Ni imitar celebridades ni crear deepfakes.



No modificar identidad de personas

Ni usar clientes, trabajadores o influencers sin autorización.



No confundir al público

Cualquier uso de rostros debe ser transparente y consentido.

No todo lo posible es publicable

Una marca puede perder confianza si usa IA de forma engañosa. La transparencia es una ventaja, no una debilidad.

Antes de usar rostro o voz, pregunta:

¿Hay consentimiento?

¿Está claro que es IA?

¿Puede dañar reputación?

¿Puede inducir a error o vulnerar derechos?

¿La marca puede defender esta decisión?

Si la respuesta es no, no publiques.

Reglas básicas para video IA responsable

1 No suplantar personas reales

No usar celebridades sin autorización ni generar contenido engañoso.

2 No imitar marcas protegidas

No ocultar IA si puede confundir. No usar rostros sin permiso.

3 Revisar derechos comerciales

Documentar el proceso. Estas reglas deben estar presentes desde el inicio, no al final.

Checklist de revisión final

En video IA, la revisión final es obligatoria. Los errores pueden ser sutiles pero dañinos.

- | | |
|---|--|
| ☐ ¿Cumple el brief? | ☐ ¿Hay riesgos legales? |
| ☐ ¿Se entiende en 3 segundos? | ☐ ¿El formato es correcto? |
| ☐ ¿El movimiento es natural? | ☐ ¿El audio funciona? |
| ☐ ¿La marca está bien representada? | ☐ ¿La pieza tiene propósito? |
| ☐ ¿Hay errores visuales? | |

Flujo profesional de video IA

No partan generando video. Partan con estructura. Un buen video IA nace antes de abrir la herramienta.



Brief y concepto

Definir objetivo, marca y audiencia.



Storyboard y key frames

Estructurar escenas e imagen base.



Generación y selección

Prompt de movimiento, clips y edición.



Música, adaptación y publicación

Sonido, formatos y presentación final.

Caso aplicado: video para moda juvenil Chile / Perú

Brief:

- Marca de ropa juvenil, 16 a 25 años
- Formato: TikTok / Reels 9:16
- Objetivo: generar deseo y actitud
- Estilo: urbano, realista, energético
- Duración: 8 segundos

Prompt ejemplo:

"Video vertical 9:16 de 8 segundos. Un joven camina con actitud por una calle urbana iluminada con neón suave, usando jeans y polerón oversized. Cámara desde ángulo bajo con travelling lateral. Ropa con movimiento natural, fondo con luces de ciudad desenfocadas, estética streetwear cinematográfica, ritmo dinámico. Sin logos inventados, sin deformaciones."



Tarea 4: Biblioteca de prompts de video

Crear 8 prompts de video IA, uno por cada categoría:

Categorías

Producto · Moda · Gastronomía · Turismo · Campaña social · Efecto especial ·
Storyboard 15s · Video UGC o testimonial sintético

Cada prompt debe incluir:

Duración · Formato · Sujeto · Acción · Cámara · Luz · Ritmo · Emoción ·
Restricciones · Herramienta sugerida



La tarea entrena dirección audiovisual. No se trata solo de generar, sino de aprender a escribir movimiento.

Fórmulas de referencia: Material complementario

Fórmula 2 — Image-to-video:

A partir de esta imagen, genera un video de [DURACIÓN] segundos.

Mantén [ELEMENTOS QUE NO CAMBIAN].

Agrega movimiento en [ELEMENTOS QUE SE MUEVEN].

La cámara debe [MOVIMIENTO].

El ritmo debe ser [RITMO].

La atmósfera debe sentirse [EMOCIÓN].

Evita cambiar [ROSTRO/PRODUCTO/COMPOSICIÓN/ESTILO].

Fórmula 4 — Storyboard:

Actúa como director audiovisual.

Crea un storyboard de [NÚMERO] escenas para un video de [DURACIÓN].

Marca/proyecto: [MARCA]. Objetivo: [OBJETIVO]. Formato: [FORMATO].

Cada escena incluye: plano, acción, cámara, sonido, emoción y texto.

Prompts complementarios

1. Movimientos de Cámara para Video (10 Ejemplos)

Prompts diseñados para generadores de video por texto (text-to-video).

- 1. Dron / Drone Shot:** Epic cinematic drone shot flying over a dense tropical rainforest at sunrise, low fog lifting from the trees, smooth forward motion, 4k video quality
- 2. Paneo de Izquierda a Derecho (Pan Left to Right):** Slow panoramic pan shot from left to right revealing a futuristic clean laboratory, scientists working in the background, sleek interior design, clinical lighting
- 3. Cámara en Mano / Estilo Documental (Handheld Camera):** Handheld camera tracking shot walking behind a traveler exploring a crowded Moroccan bazaar, natural camera shake, immersive first-person perspective, dusty sunbeams
- 4. Acercamiento Lento (Zoom In / Push In):** A slow, dramatic camera zoom-in on an antique grandfather clock ticking inside a dark room, focus shifting from the pendulum to the hands, suspenseful tone
- 5. Alejamiento (Zoom Out / Pull Back):** A close-up of a single drop of water on a leaf, slowly pulling back to reveal a majestic waterfall in Iceland, sweeping camera movement, scale revelation

Prompts complementarios

1. Movimientos de Cámara para Video (10 Ejemplos)

Prompts diseñados para generadores de video por texto (text-to-video).

6. Plano Grúa / Ascendente (Crane Shot Up): A crane shot starting at street level looking at a street musician, then smoothly ascending vertically to reveal the bustling cityscape of New York at dusk

7. Movimiento de Órbita (Orbit Shot): Cinematic orbit shot revolving 360-degrees around a high-end luxury watch rotating on a pedestal, dramatic studio lighting, dark reflective background

8. Macro-Cámara en Movimiento (Macro Motion Shot): Macro camera moving through a forest of glowing fiber-optic cables, neon light pulses flowing through the wires, abstract digital data motion, high-speed camera look

9. Efecto Vértigo / Dolly Zoom: A dramatic dolly zoom shot of a man standing in the middle of a subway platform, the subject stays the same size while the background distorts and compresses, psychological thriller aesthetic

10. Cámara Fija en Trípode (Static Studio Shot): Static clean studio shot of a conceptual electric sneaker on a minimalist white block, a subtle wind blows past causing thin fabric elements to flutter gently, high-end commercial

2. Acciones y Comportamientos Físicos en Video (10 Ejemplos)

Evitar las distorsiones absurdas controlando la física del prompt.

11. Interacción con Líquidos: Slow motion video of black coffee being poured into a transparent glass cup, rich splashes, creamy foam forming at the top, soft morning light, hyper-realistic physics

12. Explosión de Partículas: A high-speed macro shot of a pristine white sneaker stomping into a puddle of colorful liquid holi powder, vibrant explosion of dust particles in slow motion, dark backdrop

13. Dinámica de Telas (Fabric Motion): An elegant silk fabric cape flowing majestically in a high-velocity wind tunnel, smooth aerodynamic folds, studio lighting, hyper-realistic cloth simulation look

14. Expresión Facial Detallada (Emoción Realista): A close-up of an actress looking directly into the camera, transitioning from a neutral expression to a subtle, genuine, emotional teary-eyed smile, micro-expressions

15. Destrucción de Objetos (Slow Motion Smash): A pristine porcelain teacup shattering on a concrete floor, extreme slow-motion 1000fps, pieces flying outward, sharp focus on the breaking cracks

2. Acciones y Comportamientos Físicos en Video (10 Ejemplos)

Evitar las distorsiones absurdas controlando la física del prompt.

16. Derretimiento / Transformación: An ice sculpture of a rose slowly melting under a warm neon light, water droplets running down the petals, time-lapse effect, beautiful decay

17. Movimiento Humano Complejo (Caminar): A fashion model walking down a wet rainy city street at night, neon light reflections on her leather trench coat, confident stride, natural hair movement with the wind

18. Interacción de Personaje y Entorno: A chef preparing a stir-fry over a high-flame wok, dramatic flames erupting safely, steam rising, chef making precise and confident cooking hand movements

19. Iluminación Dinámica en Movimiento: A moving camera shot past a classical marble statue, with a strong moving light source creating dramatic shifting shadows across the face of the sculpture

20. Efecto de Humo e Incandescencia: Thick colored smoke swirling around a glowing neon logo, smooth fluid dynamics, atmospheric depth, cinematic volumetric shadows

Tips finales de la clase

→ Menos es más en video IA

Menos acciones suelen dar mejores resultados. Un buen frame inicial mejora mucho el image-to-video.

→ Revisar siempre

Manos, rostros, texto, física y continuidad. Si hay personas reales, consentimiento primero.

→ Cámara con intención

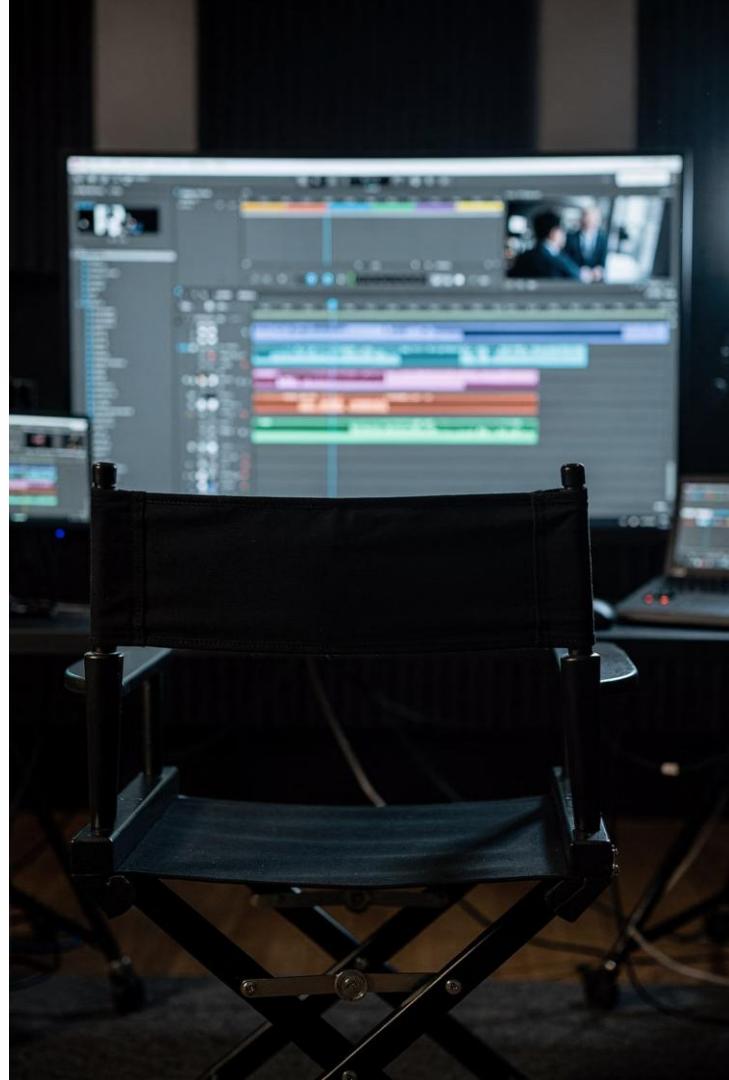
El movimiento de cámara debe tener propósito. No todo efecto especial es buena creatividad.

→ Estrategia antes que tendencia

Si hay marca, coherencia primero. Si hay tendencia, estrategia primero.

El video IA no se pide. Se dirige.

Una imagen muestra. Un video transforma. Una campaña hace que esa transformación tenga sentido.



Próxima clase

En la próxima clase veremos **UGC, influencers virtuales y personajes IA**, donde el video se conectará con rostro, personalidad y contenido social.

Lo que aprendimos hoy

Tiempo, cámara, movimiento, acción, ritmo, sonido y ética en video IA.

Lo que viene

UGC sintético, influencers virtuales y personajes IA con rostro y personalidad.

CLASE 4 COMPLETADA

IA GENERATIVA PARA CREATIVOS