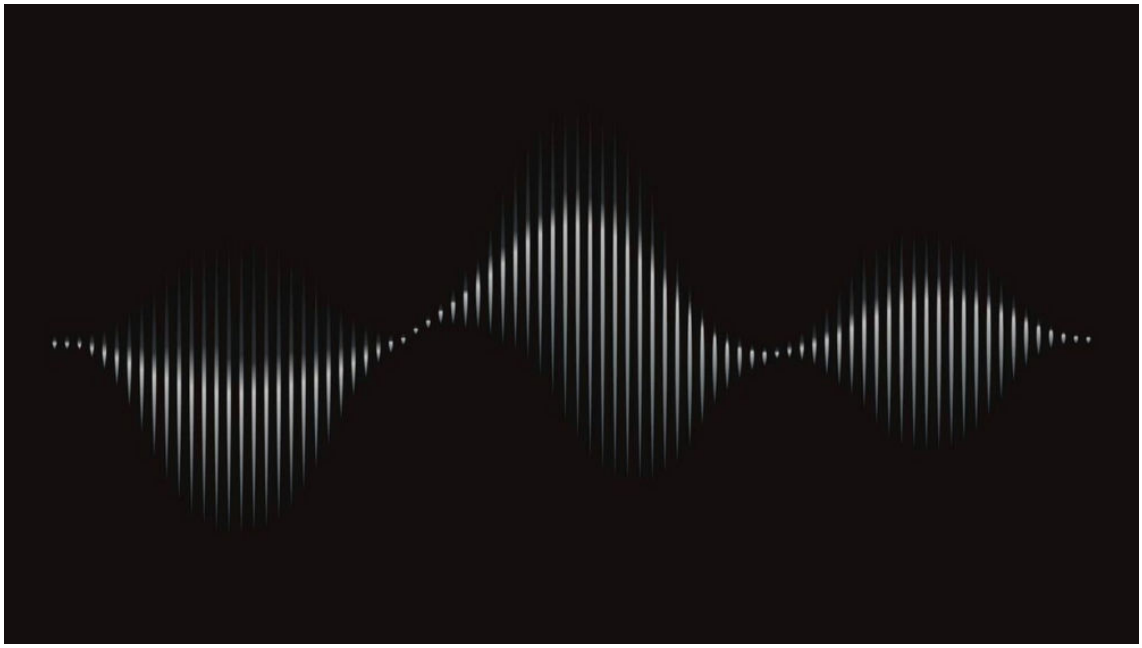
GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

La inteligencia artificial ya puede imitar una voz, pero ¿puede interpretar un mensaje?

Actualidad Empresarial | 13/11/2026 | 20:00



La inteligencia artificial ya puede convertir un texto en una narración fluida, reproducir distintos acentos e incluso simular emociones. Su avance está transformando la producción de contenidos audiovisuales y plantea una pregunta para empresas, anunciantes y productoras: ¿qué diferencia realmente a una voz humana de una sintética? La respuesta no depende únicamente de cómo suenan, sino de lo que cada una puede aportar a la comunicación.

Interpretar un mensaje va más allá de pronunciar palabras

Las voces generadas mediante inteligencia artificial han mejorado considerablemente. Permiten producir grandes volúmenes de audio, introducir modificaciones rápidas y reducir determinados costes de grabación. Estas ventajas resultan especialmente interesantes para contenidos informativos repetitivos, instrucciones automatizadas o materiales que necesitan actualizarse frecuentemente.

Sin embargo, las locuciones profesionales incorporan un elemento que sigue siendo relevante: la interpretación consciente del mensaje. Un locutor puede modificar una pausa, introducir ironía, transmitir incertidumbre o ajustar la intensidad emocional según el contexto y las indicaciones de una dirección artística.

Aunque los sistemas sintéticos también permiten controlar algunos de estos parámetros, conseguir una interpretación convincente en situaciones complejas puede requerir numerosas pruebas y ajustes. La diferencia no siempre está en la calidad acústica, sino en el proceso creativo que conduce al resultado.

Trágora y la importancia de adaptar cada voz al proyecto

Esta distinción adquiere especial relevancia en publicidad, contenidos corporativos, documentales, doblaje y contenidos formativos, donde la voz condiciona cómo se interpreta la información.

Trágora, empresa de servicios lingüísticos fundada en 2006, desarrolla esta actividad mediante su división Trágora Voice Over.

La compañía trabaja con locutores nativos en más de 50 idiomas y, según sus propios datos, dispone de una red de más de 1500 profesionales de la voz. Su proceso incluye selección de voces, adaptación lingüística, dirección de grabaciones y revisión del material final.

La dimensión internacional introduce otra cuestión: una traducción correcta no garantiza una comunicación eficaz. El humor, las expresiones culturales, los acentos y las convenciones interpretativas pueden variar considerablemente entre mercados. Por eso, elegir una voz también implica comprender al público al que se dirige el contenido.

Un debate que también afecta a los derechos de los profesionales

La expansión de las voces sintéticas abre interrogantes sobre consentimiento, identidad vocal y utilización comercial de grabaciones. Clonar una voz reconocible sin autorización plantea problemas diferentes a generar una voz artificial original.

En Europa, el Reglamento de Inteligencia Artificial incorpora obligaciones de transparencia para determinados contenidos sintéticos, incluidas exigencias de identificación técnica del audio generado mediante IA.

El escenario apunta hacia una convivencia entre tecnologías y profesionales, aunque su equilibrio dependerá de cada producción. La automatización puede resolver necesidades funcionales; la interpretación humana conserva ventajas cuando importan especialmente la intención, la adaptación cultural y la dirección creativa. La decisión ya no consiste simplemente en escoger una voz agradable, sino en determinar qué necesita comunicar realmente cada proyecto.

Autor:
AgenciaNinja

https://gironanoticies.com/la-inteligencia-artificial-ya-puede-imitar-una-voz-pero-puede-interpretar-un-mensaje/