Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 51, año 2026. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-27-0

Técnica y edición de vídeo y sonido

Introducción al vídeo y a la inteligencia artificial aplicada a la comunicación audiovisual (2026)

Mónica Hinojosa-Becerra; Ángel Torres-Toukoumidis; Isidro Marín-Gutiérrez; Javier Ruiz-San Miguel

Separata

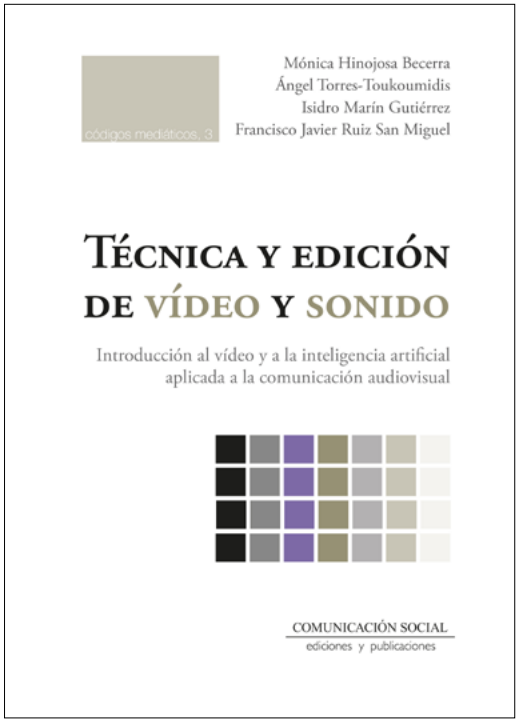
Capítulo 2

Título del Capítulo
«Composición y encuadre»

Autoría
Mónica Hinojosa-Becerra;
Ángel Torres-Toukoumidis;
Isidro Marín-Gutiérrez;
Javier Ruiz-San Miguel

Cómo citar este Capítulo
Hinojosa-Becerra, M.; Torres-Toukoumidis, Á; Marín-Gutiérrez, I.; Ruiz-San Miguel, J. (2026): «Composición y encuadre». En Hinojosa Becerra, M.; Torres-Toukoumidis, Á; Marín-Gutiérrez, I.; Ruiz-San Miguel, J., *Técnica y edición de vídeo y sonido. Introducción al vídeo y a la inteligencia artificial aplicada a la comunicación audiovisual*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-27-0

D.O.I.:
https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55



El libro *Técnica y edición de vídeo y sonido. Introducción al vídeo y a la inteligencia artificial aplicada a la comunicación audiovisual* está integrado en la colección «Contextos», en la serie Códigos Abiertos de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

La industria audiovisual atraviesa uno de los procesos de transformación más profundos de su historia. La convergencia entre producción digital, plataformas de *streaming*, redes sociales, inteligencia artificial y nuevas formas de consumo mediático ha redefinido las competencias que deben adquirir los futuros profesionales de la comunicación. La formación universitaria enfrenta el desafío de integrar conocimientos teóricos, competencias técnicas, pensamiento crítico y capacidades de adaptación tecnológica.

Ya no resulta suficiente dominar cámaras, programas de edición o técnicas narrativas tradicionales; es imprescindible comprender cómo los procesos audiovisuales se articulan en ecosistemas digitales complejos donde convergen creatividad, tecnología, datos e inteligencia artificial.

Técnica y edición de vídeo y sonido. Introducción al vídeo y a la inteligencia artificial aplicada a la comunicación audiovisual responde a estas necesidades formativas. Se trata de un manual concebido para acompañar al estudiante durante todo el proceso de aprendizaje, desde los fundamentos del lenguaje audiovisual hasta la construcción de un portafolio profesional orientado a la empleabilidad.

El texto combina rigor académico, orientación práctica y actualización tecnológica, ofreciendo una propuesta integral alineada con los principios del Espacio Europeo de Educación Superior y con las demandas actuales de la industria audiovisual internacional.

Técnica y edición de vídeo y sonido

colección «Contextos»
Serie 'Códigos Mediáticos, 3'

Mónica Hinojosa Becerra
Ángel Torres-Toukoumidis
Isidro Marín Gutiérrez
Francisco Javier Ruiz San Miguel

Técnica y edición de vídeo y sonido

Introducción al vídeo y a la inteligencia artificial aplicada a la comunicación audiovisual

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2026

1ª edición: Salamanca (España), 2026.

Esta obra ha sido sometida a un proceso de revisión por pares académicos para evaluar la calidad, pertinencia y rigor de su contenido.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Mónica Hinojosa Becerra; Ángel Torres Toukoumidis, Isidro Marín Gutiérrez y Francisco Javier Ruiz San Miguel, 2026
Los distintos textos que componen este libro han sido publicados bajo Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND



De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor y Pepa Peláez, Editora (2026)

Contacto:
Gestión: Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca.
Taller editorial y almacén: c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora).

info@comunicacionsocial.es
https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-10176-27-0

Sumario

Prólogo **13**

Introducción general **15**
Objetivos generales del manual 16
Objetivos específicos del manual 16
Competencias generales y específicas 17
Resultados de aprendizaje 18
Metodología 18

1. El audiovisual como sistema de comunicación **19**
1.1. ¿Qué es la comunicación audiovisual? 20
1.2. El proceso de comunicación audiovisual 20
1.3. Características del lenguaje audiovisual 22
1.4. Imagen y construcción de significado 23
1.5. El papel del sonido 24
1.6. La teoría de la audiovisión 24
1.7. Comunicación audiovisual en la era digital 24
1.8. Inteligencia artificial y comunicación audiovisual 26
Preguntas de reflexión 27
Actividad práctica 27

2. Composición y encuadre **29**
2.1. ¿Qué es la composición audiovisual? 30
2.2. El encuadre como acto de selección 30
2.3. El espacio visual 32
2.4. Principios básicos de composición 33
2.5. La regla de los tercios 33
2.6. Simetría y asimetría 36
2.7. Líneas visuales 37
2.8. Profundidad visual 40
2.9. El espacio negativo 42
2.10. Composición y emociones 43
2.11. Composición en plataformas digitales 45
2.12. Errores frecuentes de composición 46
2.13. Composición e Inteligencia Artificial 46
Conclusiones 47

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Preguntas de reflexión 48
Actividad práctica 48

3. Planos, ángulos y movimientos de cámara 49
3.1. La distancia como recurso narrativo 50
3.2. Clasificación de los planos 50
3.3. Función narrativa de los planos 55
3.4. Los ángulos de cámara 57
3.5. El movimiento como lenguaje 61
3.6. Movimientos sobre eje fijo 61
3.7. Movimientos con desplazamiento 63
3.8. Zoom: ¿movimiento o ilusión? 69
3.9. El movimiento y las emociones 70
3.10. Planos, ángulos y movimientos en redes sociales 72
3.11. Inteligencia Artificial y planificación visual 72
Preguntas de reflexión 74
Actividad práctica 74

4. Iluminación audiovisual 75
4.1. ¿Qué es la iluminación audiovisual? 76
4.2. La naturaleza de la luz 76
4.3. Temperatura de color 78
4.4. Funciones de la iluminación 78
4.5. Iluminación de tres puntos 80
4.6. High Key y Low Key 81
4.7. La luz y el rostro humano 82
4.8. Iluminación y géneros audiovisuales 86
4.9. Iluminación natural y artificial 89
4.10. Equipamiento básico de iluminación 91
4.11. La iluminación en redes sociales 94
4.12. Inteligencia Artificial e iluminación 96
Caso práctico 98
Preguntas de reflexión 98
Actividad práctica 98

5. La cámara digital y el control de la imagen 99
5.1. ¿Qué es una cámara digital? 100
5.2. Componentes principales de una cámara 101
5.3. El triángulo de exposición 105
5.4. ISO: sensibilidad del sensor 106
5.5. Apertura del diafragma 107
5.6. Velocidad de obturación 108
5.7. Profundidad de campo 110
5.8. Distancia focal 111
5.9. Balance de blancos 112
5.10. Resolución y formatos de grabación 113
5.11. Frame Rate (fps) 115
5.12. Rango dinámico 116

5.13. Herramientas de monitoreo profesional 117
5.14. Perfiles Log 121
5.15. Cámaras para distintos contextos 122
5.16. Inteligencia Artificial y cámaras digitales 124
Caso práctico 126
Preguntas de reflexión 126
Actividad práctica 127

6. El sonido audiovisual 129
6.1. ¿Qué es el sonido? 130
6.2. La percepción sonora 131
6.3. Componentes del lenguaje sonoro 132
6.4. El silencio como recurso expresivo 134
6.5. Sonido diegético y extradiegético 135
6.6. Funciones narrativas del sonido 137
6.7. Tipos de micrófonos 138
6.8. Técnicas de captación sonora 140
6.9. Niveles de audio 141
6.10. Edición de sonido 142
6.11. Diseño sonoro 144
6.12. El efecto Foley 145
6.13. El sonido en distintos géneros audiovisuales 146
6.14. Podcasts y narrativa sonora 148
6.15. Inteligencia Artificial y sonido 148
Caso práctico 150
Preguntas de reflexión 151
Actividad práctica 151

7. Producción audiovisual 153
7.1. ¿Qué es la producción audiovisual? 154
7.2. Fases de la producción audiovisual 155
7.3. El productor audiovisual 156
7.4. Estructura básica de un equipo audiovisual 158
7.5. Documentos fundamentales de preproducción 160
7.6. El desglose de producción 161
7.7. Cronograma de producción 163
7.8. Presupuesto audiovisual 164
7.9. Gestión de riesgos 166
7.10. Producción para redes sociales 167
7.11. Producción multiplataforma 168
7.12. Producción sostenible 170
7.13. Inteligencia Artificial y producción audiovisual 170
7.14. Producción universitaria 172
Caso práctico 174
Preguntas de reflexión 175
Actividad práctica 175

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

8. Teoría del montaje y edición audiovisual 177
8.1. ¿Qué es el montaje? 178
8.2. Diferencia entre montaje y edición 179
8.3. Orígenes históricos del montaje 179
8.4. El efecto Kuleshov 180
8.5. El montaje como generador de significado 181
8.6. Tipos de montaje 183
8.7. El montaje de continuidad 184
8.8. El raccord 186
8.9. La regla de los 180 grados 187
8.10. La regla de los 30 grados 189
8.11. Ritmo audiovisual 190
8.12. Transiciones audiovisuales 191
8.13. El montaje sonoro 193
8.14. El montaje en distintos formatos audiovisuales 194
8.15. El montaje para TikTok y Reels 196
8.16. Inteligencia Artificial y edición audiovisual 197
Caso práctico 199
Preguntas de reflexión 199
Actividad práctica 199

9. Adobe Premiere Pro 201
9.1. ¿Qué es Adobe Premiere Pro? 202
9.2. Edición lineal y no lineal 203
9.3. Flujo general de trabajo 205
9.4. Creación de un proyecto 206
9.5. Interfaz de Premiere Pro 207
9.6. Importación de materiales 209
9.7. Organización mediante bins 210
9.8. Creación de secuencias 212
9.9. Selección de material 212
9.10. Montaje inicial 214
9.11. Herramientas básicas de edición 216
9.12. Edición avanzada 216
9.13. Transiciones 218
9.14. Títulos y gráficos 219
9.15. Edición de audio 220
9.16. Corrección básica de color 222
9.17. Trabajo con proxies 222
9.18. Exportación 224
9.19. Integración con Creative Cloud 226
9.20. Inteligencia Artificial en Premiere Pro 226
Caso práctico 229
Preguntas de reflexión 229
Actividad práctica 230

10. Adobe Audition **231**
10.1. ¿Qué es Adobe Audition? 232
10.2. Flujo de trabajo profesional 233
10.3. Interfaz de Adobe Audition 234
10.4. Configuración de proyectos 236
10.5. Grabación de audio 237
10.6. Edición básica de audio 238
10.7. Restauración sonora 240
10.8. Captura de perfil de ruido 241
10.9. Diagnóstico y reparación 242
10.10. Procesamiento dinámico 244
10.11. Ecualización 245
10.12. Edición multipista 246
10.13. Automatización 248
10.14. Diseño sonoro 249
10.15. Integración con Premiere Pro 250
10.16. Producción de podcasts 252
10.17. Masterización básica 253
10.18. Exportación 255
10.19. Inteligencia Artificial en Audition 256
10.20. Aplicaciones profesionales 258
Caso práctico 260
Preguntas de reflexión 260
Actividad práctica 260

11. Corrección de color y etalonaje **261**
11.1. ¿Qué es la corrección de color? 262
11.2. ¿Qué es el etalonaje? 263
11.3. Teoría básica del color 264
11.4. Psicología del color 266
11.5. Temperatura de color 267
11.6. Narrativa cromática 268
11.7. Introducción a DaVinci Resolve 270
11.8. Flujo profesional de corrección 271
11.9. Corrección primaria 273
11.10. Corrección secundaria 274
11.11. Los nodos en DaVinci Resolve 275
11.12. Herramientas de análisis 277
11.13. LUTs 278
11.14. Corrección de piel 279
11.15. Color y géneros audiovisuales 281
11.16. Corrección para redes sociales 282
11.17. HDR y nuevas tecnologías 284
11.18. Inteligencia Artificial y color 285
11.19. Construcción de identidad visual 287
Caso práctico 289
Preguntas de reflexión 289

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

12. Inteligencia artificial aplicada a la producción audiovisual 291
12.1. ¿Qué es la Inteligencia Artificial? 292
12.2. Evolución de la IA en la comunicación audiovisual 293
12.3. Inteligencia Artificial generativa 295
12.4. IA aplicada a la preproducción 296
12.5. IA aplicada a la producción audiovisual 298
12.6. IA aplicada a la edición de vídeo 300
12.7. IA aplicada al sonido 301
12.8. IA aplicada a la imagen 303
12.9. IA aplicada al vídeo 304
12.10. Deepfakes 306
12.11. IA y periodismo audiovisual 307
12.12. IA y comunicación institucional 308
12.13. IA y creatividad 309
12.14. Aspectos éticos fundamentales 310
12.15. Regulación de la Inteligencia Artificial 311
12.16. Nuevos perfiles profesionales 312
12.17. Competencias del comunicador del futuro 313
12.18. IA en la educación audiovisual 315
12.19. Hacia una producción audiovisual híbrida 316
Caso práctico 317
Preguntas de reflexión 317
Actividad práctica 317

13. Portfolio profesional, empleabilidad y emprendimiento audiovisual 319
13.1. La empleabilidad en el sector audiovisual 320
13.2. Transformaciones del mercado laboral audiovisual 321
13.3. ¿Qué es un portfolio profesional? 322
13.4. Tipos de portfolio audiovisual 323
13.5. Estructura recomendada del portfolio 324
13.6. El reel audiovisual 325
13.7. Marca personal 326
13.8. LinkedIn y presencia profesional digital 327
13.9. Plataformas para portfolios audiovisuales 328
13.10. Currículum para profesionales audiovisuales 329
13.11. Networking profesional 330
13.12. Prácticas profesionales 331
13.13. Emprendimiento audiovisual 332
13.14. Modelo de negocio audiovisual 333
13.15. Freelance y economía creativa 334
13.16. Inteligencia Artificial y empleabilidad 335
13.17. Aprendizaje permanente 336
13.18. Internacionalización profesional 337

13.19. Perfil del comunicador audiovisual del futuro 338
Caso práctico 339
Preguntas de reflexión 340
Actividad práctica final integradora 340

Casos prácticos 341
Caso Práctico 1. Producción integral de un vídeo institucional universitario 341
Caso Práctico 2. Mini documental social 343
Caso Práctico 3. Podcast académico universitario 344
Caso Práctico 4. Campaña audiovisual para redes sociales 345

Glosario de términos 347

Bibliografía 373

Índice de figuras 377

2.

Composición y encuadre

Toda imagen audiovisual es el resultado de una serie de decisiones conscientes. Antes de que una cámara comience a grabar, el profesional audiovisual debe determinar qué elementos aparecerán dentro del cuadro, cuáles quedarán fuera, desde qué punto de vista serán observados y cómo se organizarán visualmente. La composición y el encuadre constituyen dos de los pilares fundamentales del lenguaje audiovisual. A través de ellos se construye la organización visual de la imagen y se orienta la atención del espectador hacia determinados elementos. No se trata únicamente de cuestiones estéticas; las decisiones compositivas influyen directamente en la interpretación narrativa, emocional y simbólica de los mensajes audiovisuales.

Una misma escena puede transmitir sensaciones completamente distintas dependiendo de la posición de los personajes, el equilibrio visual, la profundidad, el uso de líneas, la iluminación o la distribución de los elementos dentro del cuadro. La composición constituye uno de los recursos expresivos más importantes para directores, realizadores, fotógrafos y creadores de contenido digital. En el contexto actual, caracterizado por la producción constante de contenidos para redes sociales, plataformas digitales y medios audiovisuales, comprender los principios de composición visual resulta indispensable para desarrollar mensajes eficaces, atractivos y profesionalmente construidos.

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este capítulo, el estudiante será capaz de: Comprender los principios fundamentales de la composición visual, identificar los elementos que estructuran una imagen audiovisual, aplicar criterios compositivos en fotografía y vídeo, analizar la relación entre composición y significado, utilizar el encuadre como recurso narrativo y adaptar criterios compositivos a diferentes plataformas audiovisuales.

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Competencias

—*Competencias generales*
CG1. Capacidad de análisis visual.
CG2. Pensamiento crítico aplicado a productos audiovisuales.
CG3. Capacidad creativa.
—*Competencias específicas*
CE1. Aplicar principios de composición audiovisual.
CE2. Diseñar imágenes visualmente eficaces.
CE3. Analizar recursos expresivos de la imagen.

2.1. ¿Qué es la composición audiovisual?

La composición audiovisual puede definirse como la organización intencional de los elementos visuales dentro del encuadre con el propósito de construir significado, generar emociones y dirigir la atención del espectador (Arnheim, 2005; Zunzunegui, 2016). Componer implica decidir qué aparece en pantalla, qué queda fuera del cuadro, dónde se ubica cada elemento, cómo se relacionan visualmente los objetos y qué importancia adquiere cada componente (Kress & van Leeuwen, 2021) (véase la figura 4).

La composición transforma una simple captura de la realidad en una representación cargada de intención comunicativa (Aumont, 1992; Zunzunegui, 2016).

2.2. El encuadre como acto de selección

Toda imagen audiovisual constituye el resultado de un proceso de selección. En el momento en que una cámara delimita un encuadre, incluye determinados elementos dentro del campo visual y excluye otros que permanecen fuera de él. Esta operación convierte al encuadre en una de las principales herramientas del lenguaje audiovisual, ya que determina qué información recibe el espectador y cómo se organiza visualmente la realidad representada (Aumont, 1992; Bordwell *et al.*, 2020).

El encuadre no solo delimita un espacio físico, sino que organiza la atención del espectador y establece una jerarquía visual entre los diferentes elementos presentes en la imagen. La posición de los personajes, la distribución de los objetos, la profundidad, la iluminación y la relación entre figura y fondo contribuyen conjuntamente a construir un determinado significado y a orientar la interpretación del mensaje audiovisual (Zunzunegui, 2016; Kress & van Leeuwen, 2021).

Desde esta perspectiva, encuadrar significa seleccionar, jerarquizar, interpretar y construir significado. Cada decisión relacionada con el tamaño del

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 4. Recursos uso y efectos.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

plano, el ángulo de cámara, la distancia, la perspectiva o la composición responde a una intención comunicativa determinada. El encuadre actúa como un filtro mediante el cual el realizador organiza la información visual y propone al espectador una forma concreta de observar la realidad representada (Mitchell, 2005; Aumont, 1992).

Un mismo acontecimiento puede adquirir interpretaciones diferentes según el encuadre utilizado. Por ejemplo, una manifestación puede transmitir una sensación de gran participación o de escasa asistencia dependiendo de la posición de la cámara, la focal empleada o la amplitud del plano seleccionado. Del mismo modo, un personaje puede proyectar autoridad, vulnerabilidad, aislamiento o cercanía mediante pequeñas variaciones en el tipo de plano, el punto de vista o la composición visual (Bordwell *et al.*, 2020).

Por ello, el encuadre difícilmente puede entenderse como una representación completamente neutra de la realidad. Toda elección visual incorpora una determinada perspectiva sobre los hechos y orienta la construcción del significado audiovisual. La imagen no reproduce simplemente el mundo, sino que lo representa mediante decisiones expresivas que condicionan la forma en que será percibido e interpretado por el espectador (Zunzunegui, 2016; Mitchell, 2005).

En consecuencia, el encuadre constituye uno de los principales recursos narrativos del lenguaje audiovisual. Comprender sus posibilidades expresivas

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

permite analizar críticamente las imágenes y utilizar conscientemente la composición visual para construir relatos coherentes, eficaces y comunicativamente significativos (Aumont, 1992; Bordwell *et al*., 2020).

2.3. El espacio visual

La imagen audiovisual puede entenderse como un espacio organizado en el que los diferentes elementos visuales establecen relaciones que contribuyen a construir el significado de la representación. El espacio mostrado por la cámara no constituye una reproducción exacta de la realidad física, sino una organización visual diseñada mediante decisiones relacionadas con el encuadre, la composición, la perspectiva, la iluminación y el movimiento de cámara (Aumont, 1992; Arnheim, 2005).

Desde una perspectiva comunicativa, el espacio audiovisual puede analizarse a partir de tres niveles de construcción. El primero corresponde al espacio físico, integrado por los objetos, personas y escenarios reales existentes durante la grabación. Este constituye el punto de partida material sobre el que trabaja el realizador, aunque no determina por sí mismo el resultado final de la imagen (Aumont, 1992).

El segundo nivel es el espacio representado la imagen construida por la cámara mediante las decisiones técnicas y narrativas adoptadas durante la producción. El encuadre, la elección del objetivo, la iluminación, la composición y el punto de vista transforman el espacio físico en una representación audiovisual con una organización visual específica y una determinada intención comunicativa (Bordwell *et al*., 2020).

El tercer nivel corresponde al espacio percibido, formado por la interpretación que realiza el espectador a partir de la información visual recibida. La percepción del espacio depende no solo de las características de la imagen, sino también de la experiencia previa, del contexto cultural y del proceso de interpretación desarrollado por quien observa la producción audiovisual (Zunzunegui, 2016).

La interacción entre estos tres niveles explica que una misma localización pueda transmitir sensaciones muy diferentes según la forma en que haya sido fotografiada. Variaciones en la iluminación, el tipo de plano, la composición, el color o la perspectiva modifican significativamente la percepción del espacio y contribuyen a construir atmósferas narrativas específicas. En consecuencia, el espacio audiovisual no debe entenderse como un escenario neutro, sino como un recurso expresivo que participa activamente en la construcción del significado de la imagen (Arnheim, 2005; Bordwell *et al*., 2020).

Comprender la diferencia entre el espacio físico, el espacio representado y el espacio percibido permite analizar con mayor profundidad el lenguaje au-

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

diovisual y favorece la utilización consciente del espacio como elemento narrativo dentro de la producción audiovisual contemporánea (Aumont, 1992; Zunzunegui, 2016).

2.4. Principios básicos de composición

A lo largo de la historia del arte, la fotografía y el cine se han desarrollado diversos principios compositivos que continúan siendo utilizados en la actualidad (Arnheim, 2005; Wong, 2015). El equilibrio visual se refiere a la distribución armónica de los elementos dentro del encuadre. Una composición equilibrada genera estabilidad visual, mientras que una composición desequilibrada genera tensión. Ambas opciones pueden resultar adecuadas dependiendo de los objetivos narrativos (Arnheim, 2005). El peso visual explica que no todos los elementos poseen la misma capacidad para atraer la atención. Los factores que aumentan ese peso son el tamaño, el contraste, el color, el movimiento, la iluminación y la nitidez (Dondis, 2015). La jerarquía visual determina qué elementos percibe primero el espectador. Toda imagen eficaz debe responder claramente a una pregunta fundamental: «¿Qué quiero que vea primero la audiencia?» (Lidwell, Holden, & Butler, 2010). La unidad se produce cuando todos los elementos visuales parecen formar parte de un mismo conjunto coherente. El contraste permite destacar elementos mediante diferencias de luz, color, tamaño, forma o movimiento (Wong, 2015; Kress & van Leeuwen, 2021).

2.5. La regla de los tercios

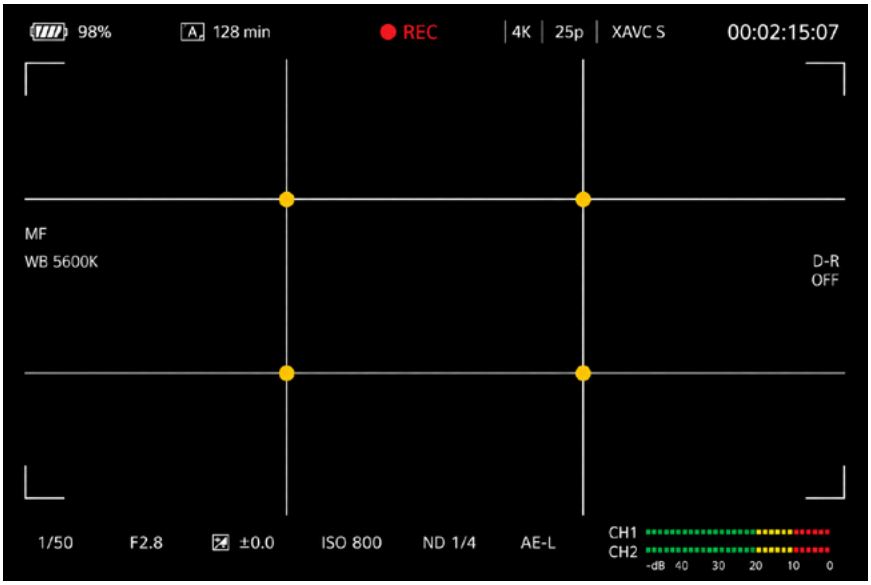
La regla de los tercios constituye una de las convenciones compositivas más difundidas en fotografía y producción audiovisual. Consiste en dividir el encuadre mediante dos líneas horizontales y dos verticales imaginarias, formando una retícula de nueve áreas iguales cuyos puntos de intersección suelen utilizarse para situar los elementos de mayor interés visual (Freeman, 2020; Wong, 2015; Mascelli, 2013).

Los puntos de intersección de la retícula suelen convertirse en zonas de mayor interés visual, ya que favorecen composiciones más dinámicas y equilibradas que la colocación sistemática del sujeto en el centro del encuadre. La regla de los tercios se utiliza con frecuencia en el retrato, el paisaje, la entrevista audiovisual y la publicidad, donde contribuye a dirigir la atención del espectador y a mejorar la legibilidad de la imagen (Mascelli, 2013; Freeman, 2020).

La eficacia de la regla de los tercios no reside únicamente en la ubicación de los elementos dentro del encuadre, sino en su capacidad para orientar la

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Figura 5. Regla de los tercios.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

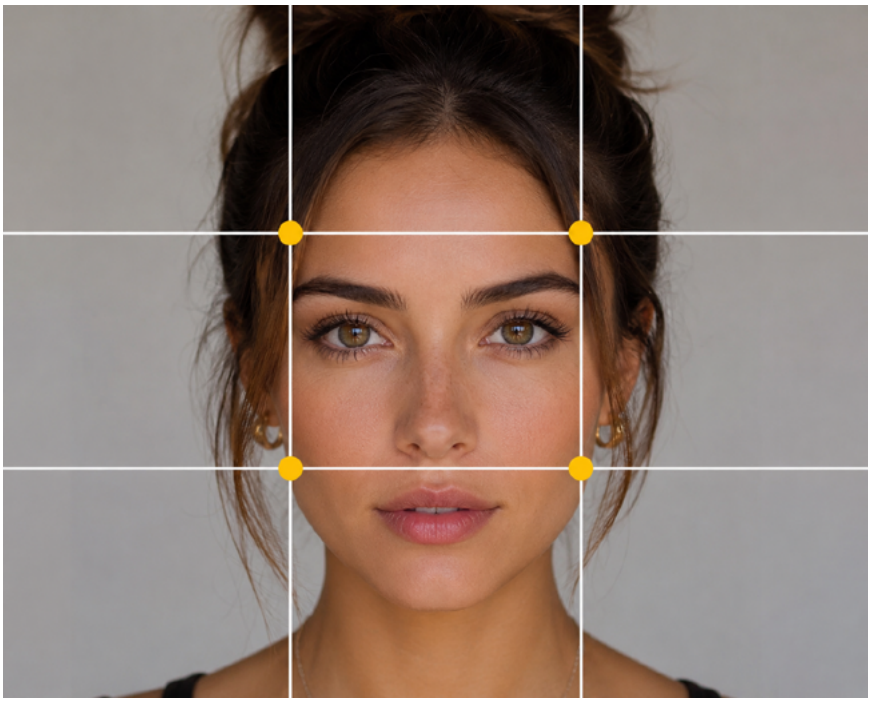
Figura 6. Regla de los tercios en televisión.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 7. Regla de los tercios en el retrato.



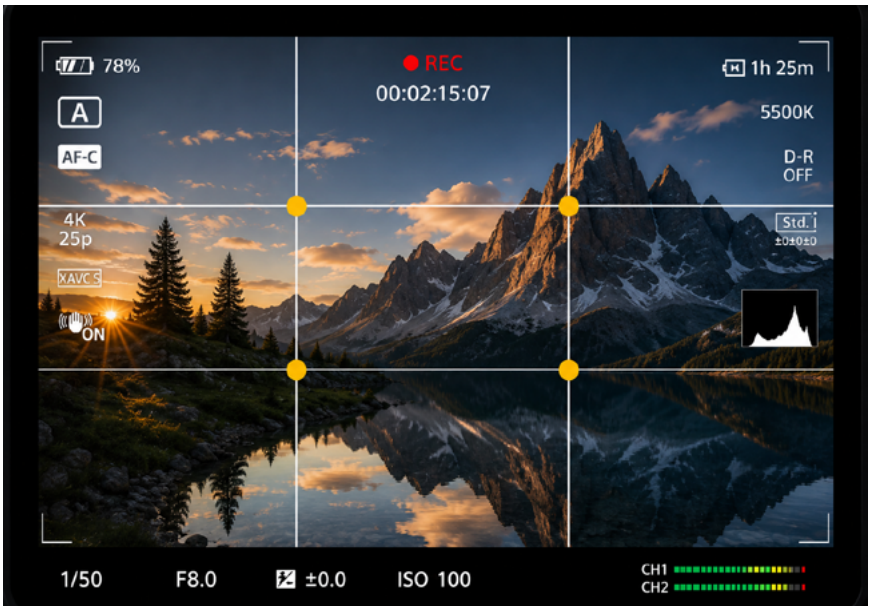
Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

mirada del espectador y establecer una jerarquía visual clara. Al desplazar el sujeto principal fuera del centro geométrico de la imagen, la composición suele adquirir mayor dinamismo, profundidad y sensación de naturalidad (véase la figura 7).

Aunque se trata de una de las convenciones compositivas más utilizadas en fotografía, cine y televisión, su aplicación debe responder siempre a la intención narrativa de la escena y no a una regla inmutable (Mascelli, 2013; Freeman, 2020; Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 8).

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Figura 8. Regla de los tercios en el paisaje.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

2.6. Simetría y asimetría

La simetría se basa en la disposición equilibrada de los elementos visuales respecto a un eje real o imaginario. Este tipo de composición suele transmitir sensaciones de orden, estabilidad, formalidad y control, por lo que resulta frecuente en la arquitectura, la comunicación institucional, el cine clásico y determinados géneros publicitarios (Arnheim, 2005; Wong, 2015).

Figura 9. Simetría en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

La asimetría organiza los elementos de forma desigual, aunque manteniendo un equilibrio visual basado en el peso de la composición. Este recurso genera una mayor sensación de dinamismo, movimiento, tensión y espontaneidad, razón por la que es habitual en el documental, el reportaje, la fotografía contemporánea y los contenidos audiovisuales para redes sociales (Dondis, 2015; Freeman, 2020).

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 10. Asimetría en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Ni la simetría ni la asimetría son composiciones mejores por sí mismas; su elección depende de la intención narrativa, del género audiovisual y del efecto emocional que se desee provocar en el espectador (Arnheim, 2005; Bordwell *et al.*, 2020).

2.7. Líneas visuales

Las líneas constituyen uno de los recursos compositivos más eficaces para organizar el espacio visual, dirigir la mirada del espectador y reforzar el significado de la imagen. Su orientación influye directamente en la percepción del equilibrio, el movimiento y la expresividad de la composición (Arnheim, 2005; Dondis, 2015). Las líneas horizontales suelen asociarse con sensaciones de calma, estabilidad, equilibrio y serenidad, ya que evocan la línea del horizonte y los espacios abiertos. Son frecuentes en paisajes, escenas contemplativas y composiciones de carácter institucional (Wong, 2015) (véase la figura 11).

Las líneas verticales sugieren poder, firmeza, autoridad y solidez. Se utilizan habitualmente para enfatizar edificios, monumentos, personajes o elementos que pretenden transmitir estabilidad y fortaleza (Arnheim, 2005).

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Figura 11. Líneas horizontales en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 12. Líneas verticales en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Líneas diagonales generan acción, movimiento y dinamismo. Las líneas diagonales introducen una fuerte sensación de acción, movimiento y tensión visual. Al romper la estabilidad del eje horizontal y vertical, aportan dinamismo y suelen emplearse en escenas de acción, deportes o secuencias con elevada intensidad narrativa (Mascelli, 2013; Bordwell *et al.*, 2020).

Las líneas curvas comunican fluidez, continuidad, elegancia y suavidad. Su recorrido guía la mirada de manera progresiva y suele generar composiciones visualmente más orgánicas y armónicas, muy utilizadas en publicidad, moda y retrato (Freeman, 2020; Wong, 2015).

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 13. Líneas diagonales en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 14. Líneas curvas en la imagen.



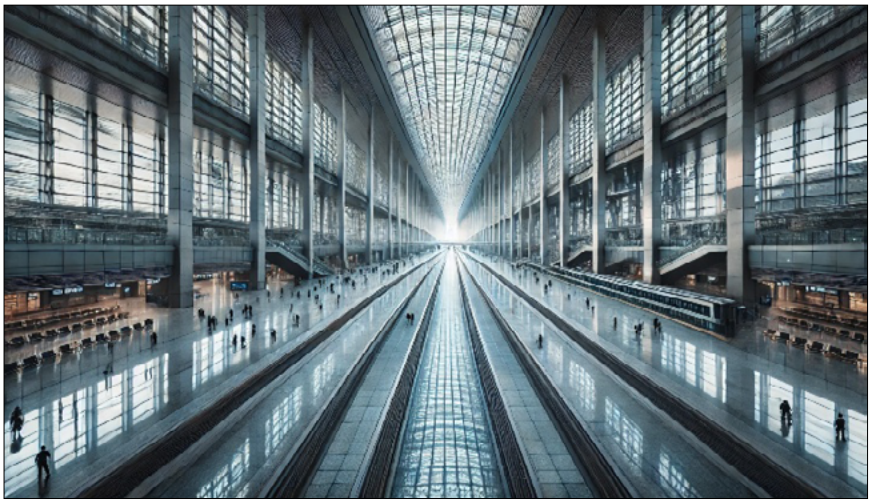
Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

2.8. Profundidad visual

Aunque las pantallas y las fotografías constituyen superficies bidimensionales, el lenguaje audiovisual dispone de numerosos recursos capaces de generar una convincente sensación de profundidad espacial. La construcción de esa tercera dimensión no depende únicamente de la realidad representada, sino también de las decisiones compositivas adoptadas durante la captación de la imagen (Arnheim, 2005; Aumont, 1992).

Figura 15. La perspectiva en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Uno de los procedimientos más eficaces es la perspectiva lineal, basada en la convergencia de líneas hacia uno o varios puntos de fuga. Este recurso organiza el espacio visual, guía la mirada del espectador y refuerza la percepción de distancia, escala e inmensidad, siendo ampliamente utilizado en fotografía, cine y producción audiovisual (Wong, 2015; Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 16).

La sensación de profundidad también puede construirse mediante la escala relativa de los objetos. Cuando elementos similares aparecen representados con tamaños diferentes, el espectador interpreta que los de menor tamaño se encuentran más alejados, reforzando la percepción espacial (Arnheim, 2005) (véase la figura 17).

Otro recurso fundamental es el desenfoque selectivo o control de la profundidad de campo. La utilización de zonas enfocadas y desenfocadas permi-

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 16. La escala en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 17. El desenfoque en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Figura 18. La superposición en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

te separar visualmente al sujeto del fondo, dirigir la atención y aumentar la sensación de volumen y tridimensionalidad (Mascelli, 2013; Freeman, 2020) (véase la figura 17).

La superposición de elementos constituye uno de los indicadores espaciales más eficaces. Cuando un objeto oculta parcialmente a otro, el espectador interpreta de forma inmediata la existencia de diferentes planos de profundidad, reforzando la organización espacial de la imagen (Aumont, 1992; Dondis, 2015)(véase la figura 18).

2.9. El espacio negativo

El espacio negativo hace referencia a las áreas aparentemente vacías que rodean al sujeto principal dentro del encuadre. Lejos de constituir un espacio carente de significado, desempeña un papel esencial en la organización visual de la imagen, ya que contribuye a establecer relaciones entre los distintos elementos compositivos y facilita la lectura del mensaje (Arnheim, 2005; Wong, 2015).

El empleo adecuado del espacio negativo permite dirigir la atención del espectador hacia el elemento principal, reforzar su protagonismo y favorecer una composición más equilibrada. Además, puede generar sensaciones

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

Figura 19. El uso del espacio negativo en la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

de aislamiento, silencio, introspección, libertad o amplitud, dependiendo del contexto narrativo y de la relación existente entre el sujeto y el espacio que lo rodea (Dondis, 2015; Freeman, 2020).

En fotografía, cine y publicidad contemporáneas, el espacio negativo constituye un recurso expresivo de gran valor porque simplifica la composición, reduce el ruido visual y favorece una comunicación más clara y eficaz. Su utilización resulta especialmente frecuente en retratos, campañas publicitarias, fotografía de arquitectura y producciones audiovisuales de carácter minimalista, donde el vacío adquiere una función comunicativa tan relevante como los propios elementos representados (Lidwell et al., 2010; Zunzunegui, 2016).

2.10. Composición y emociones

La composición audiovisual no cumple únicamente una función estética o de organización visual. La disposición de los elementos dentro del encuadre influye de manera decisiva en la forma en que el espectador interpreta la escena y en las emociones que experimenta durante el visionado. Cada decisión compositiva (la ubicación del sujeto, el equilibrio visual, la dirección de las líneas, el uso del espacio, la profundidad o el contraste) contribuye a construir

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Figura 20. Recursos compositivos y efectos comunicativos.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

una determinada atmósfera narrativa y a orientar la respuesta emocional de la audiencia (Arnheim, 2005; Dondis, 2015).

Las composiciones equilibradas, simétricas y abiertas suelen transmitir sensaciones de estabilidad, armonía, seguridad o serenidad. Las composiciones asimétricas, los encuadres inclinados, el predominio de diagonales o la acumulación de elementos visuales generan con mayor frecuencia tensión, incertidumbre, dinamismo o conflicto. Ninguna de estas opciones es mejor que otra; su elección depende siempre de la intención comunicativa y del efecto narrativo que se pretenda alcanzar (Mascelli, 2013; Bordwell et al., 2020).

La respuesta emocional del espectador también depende de la interacción entre la composición y otros recursos expresivos del lenguaje audiovisual. La iluminación, el color, el movimiento de cámara, la profundidad de campo, el sonido o el ritmo del montaje modifican la percepción del espacio y potencian el significado emocional de la escena. La composición debe entenderse como parte de un sistema visual integrado en el que todos los elementos trabajan conjuntamente para construir significado (Chion, 1993; Kress & van Leeuwen, 2021).

Diversas investigaciones en psicología de la percepción han demostrado que la organización visual condiciona procesos como la atención, la memoria y la interpretación emocional. Una composición clara facilita la identificación del sujeto principal y reduce la carga cognitiva del espectador, mientras que

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

una organización deliberadamente compleja puede aumentar la incertidumbre, favorecer la exploración visual o reforzar determinados efectos dramáticos (Lidwell *et al*., 2010; Arnheim, 2005).

La composición constituye una herramienta narrativa de primer orden. El profesional audiovisual no organiza únicamente formas, colores o líneas dentro del encuadre, sino que diseña experiencias perceptivas capaces de informar, persuadir y emocionar a la audiencia. Comprender esta dimensión emocional de la composición resulta esencial para producir imágenes eficaces tanto en el cine como en la televisión, la publicidad, la fotografía o la comunicación digital (Zunzunegui, 2016).

2.11. Composición en plataformas digitales

La expansión de las plataformas digitales y el consumo de contenidos a través de dispositivos móviles ha transformado significativamente los criterios tradicionales de composición audiovisual. A diferencia de los formatos concebidos para el cine o la televisión, las imágenes destinadas a redes sociales deben adaptarse a nuevos hábitos de consumo, caracterizados por el visionado vertical, la navegación rápida y la competencia constante por captar la atención del usuario (Scolari, 2018; Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020).

En la actualidad conviven diferentes formatos de composición. El formato horizontal (16:9) continúa siendo el estándar para el cine, la televisión, YouTube y la mayor parte de las plataformas de streaming, ya que favorece la representación de espacios amplios y narrativas de mayor duración (Bordwell *et al*., 2020).

El formato vertical (9:16) se ha consolidado como el predominante en aplicaciones como TikTok, Instagram Reels, Facebook Reels y YouTube Shorts. Este formato responde a la forma natural en que los usuarios sostienen sus teléfonos móviles y exige replantear la composición tradicional, otorgando mayor protagonismo al sujeto principal, simplificando el fondo y concentrando la información visual en la zona central de la pantalla (Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020; Scolari, 2018).

El formato cuadrado (1:1) mantiene una presencia relevante en publicaciones del feed de Instagram, campañas publicitarias y comunicación corporativa, ya que proporciona una composición equilibrada y optimiza el aprovechamiento del espacio en diferentes dispositivos (Freeman, 2020).

Más allá del formato elegido, la composición en entornos digitales debe preservar los principios fundamentales del lenguaje audiovisual. La claridad visual, la jerarquía de la información, el equilibrio compositivo y la eficacia narrativa continúan siendo determinantes para captar la atención del usuario y facilitar la comprensión del mensaje, independientemente de la plataforma utilizada (Kress & van Leeuwen, 2021; Wong, 2015).

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

2.12. Errores frecuentes de composición

La calidad de una composición no depende únicamente del dominio de las reglas visuales, sino también de la capacidad para evitar aquellos errores que dificultan la lectura de la imagen y reducen su eficacia comunicativa. En los primeros ejercicios prácticos es frecuente que los estudiantes repitan una serie de problemas compositivos que afectan tanto a la claridad narrativa como a la experiencia visual del espectador (Wong, 2015; Freeman, 2020).

Uno de los errores más habituales consiste en situar sistemáticamente al sujeto principal en el centro del encuadre, incluso cuando la escena requiere una composición más dinámica. Aunque el centrado puede resultar adecuado en determinados contextos, su utilización indiscriminada suele producir imágenes estáticas y con escasa tensión visual (Mascelli, 2013).

Otro problema frecuente es prestar atención únicamente al sujeto principal e ignorar el fondo de la imagen. Elementos como señales, objetos, personas o líneas que aparecen detrás del protagonista pueden convertirse en distractores visuales que desvían la atención y debilitan el mensaje. Antes de iniciar la grabación conviene analizar el conjunto del encuadre y no únicamente el elemento principal (Freeman, 2020; Zunzunegui, 2016).

También es habitual encontrar composiciones excesivamente recargadas, en las que la acumulación de objetos, colores o elementos gráficos dificulta la lectura visual. Una imagen eficaz debe presentar una jerarquía clara que permita al espectador identificar rápidamente cuál es el elemento principal y cuál es la información secundaria (Dondis, 2015; Lidwell *et al.*, 2010).

Los cortes inadecuados del encuadre constituyen uno de los errores más comunes en fotografía y vídeo. Cortar articulaciones, eliminar parte de elementos significativos o dejar demasiado poco espacio de dirección puede generar incomodidad visual y romper la armonía de la composición. La planificación del encuadre y la revisión previa de la imagen permiten evitar este tipo de problemas (Mascelli, 2013; Bordwell *et al.*, 2020).

2.13. Composición e Inteligencia Artificial

Las herramientas de inteligencia artificial generativa han transformado profundamente los procesos de creación de imágenes. Actualmente es posible generar composiciones complejas a partir de instrucciones en lenguaje natural (prompts), modificar encuadres, ampliar escenarios, eliminar elementos no deseados o producir múltiples alternativas visuales en cuestión de segundos (Hinojosa Becerra, Marín-Gutiérrez, & Maldonado Espinosa, 2024a; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Sin embargo, la calidad compositiva de una imagen continúa dependiendo, en gran medida, del criterio del profesional que la diseña o supervisa. La

https://doi.org/10.52495/c2.emcs.51.c55

inteligencia artificial puede proponer soluciones visuales, generar referencias estéticas y explorar diferentes distribuciones espaciales de los elementos, pero carece de la capacidad para comprender plenamente la intención narrativa, el contexto comunicativo o la dimensión simbólica que el autor desea transmitir (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024a).

Los principios clásicos de la composición audiovisual mantienen plena vigencia. Conceptos como el equilibrio visual, la jerarquía, el peso compositivo, la dirección de la mirada, el espacio negativo o la profundidad continúan siendo imprescindibles para evaluar críticamente las imágenes generadas mediante inteligencia artificial y seleccionar aquellas que mejor responden a los objetivos comunicativos del proyecto (Arnheim, 2005; Kress & van Leeuwen, 2021).

La creciente incorporación de herramientas generativas en fotografía, publicidad, cine y comunicación institucional no elimina la necesidad del criterio humano, sino que redefine el papel del profesional audiovisual. Su función ya no consiste únicamente en producir imágenes, sino también en diseñar instrucciones eficaces, seleccionar las propuestas más adecuadas, verificar su coherencia narrativa y garantizar el cumplimiento de principios éticos relacionados con la autoría, la transparencia y la representación responsable de la realidad (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Torres-Toukoumidis, Marín-Gutiérrez, & Pallo Chiguano, 2025).

El dominio de la composición audiovisual continúa siendo una competencia esencial incluso en entornos altamente automatizados. Cuanto mayor sea el conocimiento de los principios compositivos por parte del profesional, mayor será también su capacidad para aprovechar el potencial creativo de la inteligencia artificial sin renunciar al control narrativo y comunicativo de la imagen (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

Conclusiones

La composición audiovisual constituye mucho más que una cuestión estética. Representa una herramienta fundamental para organizar visualmente la información, dirigir la atención del espectador y construir significado. Comprender principios como el equilibrio, la jerarquía visual, la profundidad, las líneas de fuerza o la regla de los tercios permite desarrollar mensajes audiovisuales más eficaces y expresivos. En un contexto donde millones de imágenes compiten diariamente por captar la atención de las audiencias, la capacidad para componer visualmente de forma estratégica se convierte en una competencia esencial para cualquier profesional de la comunicación audiovisual.

ISBN: 978-84-10176-27-0
Técnica y edición de vídeo y sonido
Colección Contextos, 55, Serie Códigos Mediáticos, 3

Preguntas de reflexión

¿Por qué ninguna decisión de encuadre puede considerarse completamente neutral?
¿Qué diferencias comunicativas existen entre una composición simétrica y una asimétrica?
¿Cómo influye el espacio negativo en la percepción del espectador?
¿Qué elementos aumentan el peso visual dentro de una imagen?
¿Qué desafíos plantea la composición para formatos verticales como TikTok o Instagram Reels?

Actividad práctica

Realice una serie fotográfica compuesta por diez imágenes: dos utilizando la regla de los tercios, dos simétricas, dos asimétricas, dos centradas en líneas visuales y dos que utilicen espacio negativo.

Elabore un informe de 2.000 palabras justificando las decisiones compositivas adoptadas y relacionándolas con los objetivos comunicativos de cada imagen.

Bibliografía

Aaker, D.A. (1996). *Construir marcas poderosas*. Gestión 2000.

Adobe. (2025). *Adobe Premiere Pro User Guide*. Adobe Inc.

Adobe. (2025a). *Adobe Audition User Guide*. Adobe Inc.

Alton, J. (2013). *Painting with Light*. University of California Press.

Álvarez Olalla, M.D.P. (2021). Propuesta de Reglamento en materia de responsabilidad civil por el uso de inteligencia artificial, del Parlamento Europeo, de 20 de octubre de 2020. *Revista CESCO de Derecho de consumo*, (38), 1-10. https://doi.org/doi.org/10.18239/RCDC_2021.38.2742

Arnheim, R. (2005). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Alianza Forma.

Arruda, W., & Dixson, K. (2007). *Career distinction: Stand out by building your brand*. John Wiley & Sons.

Aumont, J. (1992). *La imagen*. Paidós.

Blackmagic Design. (2025). *DaVinci Resolve 20 Reference Manual*. Blackmagic Design.

Boden, M.A. (2014). *La mente creativa: Mitos y mecanismos*. Gedisa.

Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *El arte cinematográfico: Una introducción*. McGraw-Hill.

Bridgstock, R. (2009). *The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills*. *Higher Education Research & Development, 28*(1), 31-44. https://doi.org/10.1080/07294360802444347

Brown, B. (2021). *Cinematography: Theory and practice: For cinematographers and directors*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429353239

Chion, M. (1993). *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós.

Ciller, C., & Palacio, M. (2016). *Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales*. Síntesis.

Dancyger, K. (2013). *Técnica del montaje cinematográfico: Historia, teoría y práctica*. Omega.

Dondis, D.A. (2015). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.

Drnas de Clément, Z. (2022). Inteligencia artificial en el derecho internacional, Naciones Unidas y Unión Europea. *Revista Estudios Jurídicos. Segunda Época*, (22). https://doi.org/10.17561/rej.n22.7524

Eco, U. (1995). *Los límites de la interpretación*. Lumen.

Eisenstein, S. . (2001). *La forma del cine*. Siglo XXI Editores.

Elliot, A.J., & Maier, M.A. (2014). *Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans*. *Annual Review of Psychology, 65*, 95-120. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035

Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Paidós.

Ferrés, J. (2002). *El lenguaje audiovisual: Leer el mundo a través de la pantalla*. En *El valor de la educación* (pp. 543-555). Universitas.

Field, S. (2001). *El libro del guion: Fundamentos de la escritura de guiones*. Plot Ediciones.

Florida, R. (2010). *La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Paidós

Fraile Prieto, T., & Viñuela Suárez, E. (Eds.). (2022). *La música en el audiovisual contemporáneo*. Tirant Humanidades.

Freeman, M. (2020). *El ojo del fotógrafo: Composición y diseño para crear mejores fotografías*. Blume.

Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press.

Hall, S. (2017). Codificar y decodificar. En E. Grimson & C. Cingolani (Comps.), *Intervenciones culturales* (pp. 233–252). Paidós.

Hart, J. (2008). *The art of the storyboard: A filmmaker's introduction*. Focal Press. https://doi.org/10.4324/9780080552781

Harvey, L. (2001). *Defining and measuring employability*. *Quality in Higher Education, 7*(2), 97–109. https://doi.org/10.1080/13538320120059990

Hinojosa Becerra, M., Marín Gutiérrez, I., & Maldonado Espinosa, M. (2024). Inteligencia Artificial y la producción audiovisual. En Á. Torres-Toukoumidis & T. León-Alberca (Coords.), *ComunicAI. La revolución de la Inteligencia Artificial en la Comunicación* (pp. 117-139). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. https://doi.org/10.52495/c6.emcs.23.ti12

Hinojosa Becerra, M., Marín-Gutiérrez, I., & Maldonado Espinosa, M. (2024a). Reflexiones sobre los desafíos de la IA en la producción audiovisual. En *Entre pantallas y realidades: Una travesía por el universo audiovisual* (pp. 777-793). McGraw Hill.

Holben, J., & Probst, C. (2022). *The Cine lens manual: The definitive filmmaker's guide to cinema optics*. Adakin Press.

Holman, T. (2010). *Sound for Film and Television*. Focal Press. https://doi.org/10.4324/9780240814322

Howkins, J. (2007). *La economía creativa: Cómo ganar dinero con las ideas*. Adhoc.

Hullfish, S. (2023). *The Art and Technique of Digital Color Correction*. Routledge. https://doi.org/10.1201/9781003383802

Jarvis, P. (2007). *Globalisation, lifelong learning and the learning society: Sociological perspectives* (Vol. 1). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203964408

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003099857

Kuleshov, L. (1974). *Kuleshov on Film: Writings*. University of California Press.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Principios universales del diseño*. Blume.

Lupton, E. (2024). *Pensar con tipos*. Editorial Gustavo Gili.

Mascelli, J.V. (2013). *Los cinco principios básicos de la cinematografía*. Plot Ediciones.

McCabe, S. A., & Bernal, B.H. (2026). Perfil y funciones del eco-manager, la figura responsable de la sostenibilidad en la industria audiovisual. *Revista de Comunicación de la SEECI*, *59*, 1-29. https://doi.org/10.15198/seeci.2026.59.e924

Mercado, G. (2012). *La mirada del cineasta: Aprende (y rompe) las reglas de la composición cinematográfica*. Anaya Multimedia.

Millerson, G. (2007). *Realización y producción de televisión*. Ediciones Omega.

Murch, W. (2004). *En el momento del parpadeo*. Ocho y Medio.

Nichols, B. (2017). *Introducción al documental*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Olins, W. (1990). *Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design*. Harvard Business School Press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto.

Pearlman, K. (2025). *Cutting Rhythms: Creative Film Editing*. Routledge. DOI: https://doi.org/doi.org/10.4324/9781003619604

Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. *Fast Company, 10*, 83–90. https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you

Pudovkin, V. I. (1958). *Film technique and film acting: The cinema writings of V. I. Pudovkin*. Vision Press.

Rodríguez Bravo, Á. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós.

Roger-Monzó, V. (2022). Green shooting: análisis del discurso en la prensa de la producción audiovisual sostenible en España (2015-2019). *Cuadernos. info*, (51), 175-199. http://dx.doi.org/10.7764/cdi.51.27751

Ruiz Gómez, L.A., Hinojosa Becerra, M., Ruiz San Miguel, F.J., & Maldonado Espinosa, M. (2020). Uso de Instagram como herramienta de debate y aprendizaje. En *2020 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-6). IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI49556.2020.9140998

Ruiz San-Miguel, F. J., Hinojosa Becerra, M., & Marín Gutiérrez, I. (2016). Nuevos modelos de negocios en el sector audiovisual. En M. J. Barriga Cano (Coord.), *¿Nuevas alternativas de la comunicación?: Soportes, contenidos y audiencias* (pp. 52-70). Ediciones Egregius.

Rumsey, F., & McCormick, T. (2021). *Sound and recording: Applications and theory*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781000399349

Russell, S., & Norvig, P. (2024). *Inteligencia artificial: Un enfoque moderno*. Pearson.

Schawbel, D. (2011). *Me 2.0: Build a Powerful Brand to Achieve Career Success*. Kaplan Publishing.

Scolari, C.A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.

Sonnenschein, D. (2001). *Sound design: The expressive power of music, voice, and sound effects in cinema*. Michael Wiese Productions.

Torres-Toukoumidis, Á.L., & León-Alberca, T.B. (Coords.). (2024). *ComunicAI: La revolución de la inteligencia artificial en la comunicación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Torres-Toukoumidis, Á., & Marín-Gutiérrez, I. (2020). *YouTube como objeto de investigación en la comunicación*. En *YouTube y la comunicación del siglo XXI* (pp. 87–115). CIESPAL. https://doi.org/10.16921/ciespal.14.8

Torres-Toukoumidis, Á. Marín-Gutiérrez, I. & Pallo Chiguano, J.M. (2025). Inteligencia Artificial y alfabetización mediática: Análisis bibliométrico (2013-2025). *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, 14, 76-100. https://doi.org/10.62269/cavcaa.58

Torres-Toukoumidis, Á., Marín-Gutiérrez, I., & Hinojosa-Becerra, M. (2022). Educación de las audiencias y desinformación en las redes sociales. En *Perspectivas transdisciplinarias sobre la comunicación estratégica digital* (pp. 42-52). McGraw-Hill.

UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2022). *Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa/PDF/381137spa.pdf.multi

Van Hurkman, A. (2013). *Color Correction Handbook: Professional Techniques for Video and Cinema*. Peachpit Press.

Vertov, D. (1984). *Kino-Eye: The Writings of Dziga Vertov*. University of California Press.

Wong, W. (2015). *Fundamentos del diseño*. Gustavo Gili.

Wurtzel, A., Rosenbaum, J., & Dominick, J. R. (1995). *Television production* (4th ed.). McGraw-Hill.

Yorke, M. (2006). *Employability in Higher Education: What It Is–What It Is Not*. Higher Education Academy.

Zettl, H. (2015). *Manual de producción de televisión*. Cengage Learning.

Zunzunegui, S. (2016). *Pensar la imagen*. Cátedra.