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

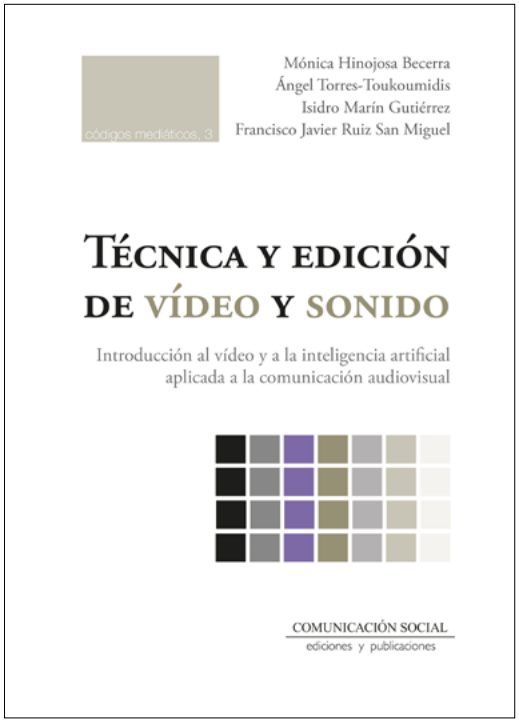
Capítulo 3

Título del Capítulo
«Planos, ángulos y movimientos de cámara»

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): «Planos, ángulos y movimientos de cámara». 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/c3.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

3.

Planos, ángulos y movimientos de cámara

La cámara constituye uno de los principales instrumentos de construcción narrativa dentro del lenguaje audiovisual. Lejos de limitarse a registrar la realidad, la cámara interpreta, selecciona y organiza visualmente el mundo representado. Cada decisión relacionada con la distancia, la altura, la inclinación o el movimiento de la cámara influye directamente en la forma en que el espectador percibe la historia, los personajes y los acontecimientos.

Un mismo personaje puede parecer poderoso o vulnerable, cercano o distante, confiable o amenazante, dependiendo exclusivamente del tipo de plano o del ángulo utilizado para representarlo. Por esta razón, los planos, ángulos y movimientos de cámara constituyen elementos fundamentales del lenguaje audiovisual. Su correcta utilización permite construir narrativas visuales complejas capaces de transmitir información, emociones y significados sin necesidad de recurrir al diálogo. En este capítulo se estudian los principales tipos de planos, los ángulos más utilizados y los movimientos de cámara empleados en la producción audiovisual contemporánea.

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este capítulo, el estudiante será capaz de identificar los principales tipos de planos audiovisuales, reconocer los diferentes ángulos de cámara, analizar la función narrativa de cada recurso visual, aplicar movimientos de cámara con intencionalidad comunicativa y diseñar secuencias audiovisuales utilizando lenguaje visual profesional.

Competencias

—*Competencias generales*

CG1. Pensamiento crítico audiovisual.
CG2. Capacidad narrativa.
CG3. Creatividad aplicada.

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

—*Competencias específicas*
CE1. Aplicar lenguaje audiovisual profesional.
CE2. Diseñar secuencias narrativas.
CE3. Utilizar recursos visuales con intención expresiva.

3.1. La distancia como recurso narrativo

La distancia entre la cámara y el sujeto constituye uno de los principales recursos expresivos del lenguaje audiovisual, ya que condiciona la cantidad de información que recibe el espectador y la relación emocional que establece con los personajes y el espacio representado (Bordwell *et al*., 2020; Mascelli, 2013). La elección de un determinado plano no responde únicamente a criterios estéticos o técnicos, sino que forma parte de la estrategia narrativa mediante la cual el realizador orienta la interpretación de la escena.

Los diferentes tipos de planos permiten cumplir funciones comunicativas diversas. Un plano amplio sitúa al espectador en un contexto espacial y facilita la comprensión del entorno, mientras que un plano corto dirige la atención hacia la expresión facial, los gestos o los detalles relevantes de la acción. De este modo, la distancia de cámara influye directamente en la percepción de la información, en la construcción de las emociones y en el grado de identificación que el espectador establece con los personajes (Bordwell et al., 2020; Zunzunegui, 2016).

La elección de un plano nunca puede considerarse neutral. Cada distancia de cámara responde a una intención narrativa concreta y participa activamente en la construcción del significado audiovisual. Un mismo personaje puede transmitir cercanía, vulnerabilidad, autoridad o aislamiento dependiendo exclusivamente de la distancia desde la que sea representado. La planificación de los planos constituye una de las decisiones más relevantes durante el proceso de realización audiovisual (Mascelli, 2013; Aumont, 1992) (véase la figura 21).

3.2. Clasificación de los planos

La clasificación tradicional de los planos se establece a partir de la distancia existente entre la cámara y el sujeto representado. La variación de esa distancia modifica simultáneamente la cantidad de información visual disponible, la percepción del espacio y el grado de implicación emocional del espectador. La elección de un determinado plano constituye una decisión narrativa y expresiva, además de técnica (Bordwell *et al*., 2020; Mascelli, 2013).

Gran Plano General (GPG). El gran plano general muestra amplios espacios donde el entorno adquiere un mayor protagonismo que los personajes. Su

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 21. La distancia entre la cámara y el sujeto.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

principal función consiste en contextualizar la acción, presentar el escenario e introducir la dimensión geográfica o ambiental del relato. Es habitual en el cine épico, el documental de naturaleza, las producciones históricas y los reportajes de viaje (Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 22).

Plano General (PG). El plano general representa al personaje completo integrado en su entorno inmediato. Permite comprender simultáneamente la acción y el espacio donde se desarrolla, por lo que resulta especialmente útil para presentar escenarios, mostrar desplazamientos o establecer relaciones entre personajes y contexto (Mascelli, 2013) (véase la figura 23).

Plano Entero (PE). El plano entero encuadra al personaje de cuerpo completo y favorece la observación de su postura, gestualidad, desplazamientos y lenguaje corporal. Se emplea con frecuencia en cine, ficción televisiva y publicidad cuando la acción física adquiere un papel relevante (Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 24).

Plano Americano (PA). El plano americano, también denominado plano tres cuartos, muestra al personaje aproximadamente desde las rodillas hacia

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

Figura 22. Gran plano general (GPG).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 23. Plano general (PG).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

arriba. Su origen se remonta al cine western, donde permitía mantener visibles simultáneamente el rostro, las manos y el revólver del protagonista. En la actualidad continúa siendo muy utilizado en ficción, entrevistas y producciones audiovisuales donde interesa combinar la expresión facial con parte del lenguaje corporal (Mascelli, 2013) (véase la figura 25).

Plano Medio (PM). El plano medio encuadra al sujeto aproximadamente desde la cintura y establece un equilibrio entre la expresión del rostro y el movimiento corporal. Es uno de los planos más utilizados en informativos, entrevistas, programas televisivos y comunicación institucional, ya que facilita una relación cercana entre el personaje y el espectador sin perder el contexto inmediato (Zettl, 2015) (véase la figura 26).

Primer Plano (PP). El primer plano concentra la atención en el rostro y en la expresión emocional del personaje. La proximidad del encuadre favorece la identificación del espectador con el estado psicológico del protagonista y convierte la mirada, los gestos y las pequeñas variaciones faciales en los principales elementos narrativos de la imagen (Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 27).

Primerísimo Primer Plano (PPP). El primerísimo primer plano centra el encuadre en una parte específica del rostro (habitualmente los ojos o la boca) con el objetivo de intensificar la carga emocional de la escena o destacar un detalle especialmente significativo dentro de la narración (Mascelli, 2013) (véase la figura 28).

Figura 24. Plano Entero (PE).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 25. Plano americano (PA).



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 26. Plano medio (PM).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

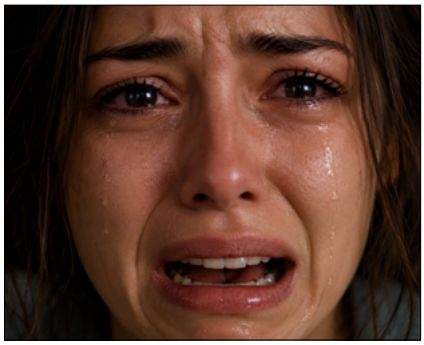
Figura 27. Primer plano (PP).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 28. Primerísimo primer plano (PPP).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 29. Plano detalle (PD).



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Plano Detalle (PD). El plano detalle muestra un objeto o una parte concreta del sujeto con el propósito de dirigir la atención hacia un elemento narrativamente relevante. Una llave, una lágrima, una fotografía o un reloj pueden adquirir un significado dramático cuando se aíslan mediante este tipo de plano, convirtiéndose en recursos fundamentales para anticipar acontecimientos o enfatizar información importante (Bordwell *et al*., 2020; Zunzunegui, 2016) (véase la figura 29).

3.3. Función narrativa de los planos

Más allá de su clasificación técnica, los distintos tipos de planos desempeñan funciones narrativas específicas que condicionan la manera en que el espectador interpreta la historia. La distancia entre la cámara y el sujeto no solo modifica la cantidad de información visible, sino también el grado de implicación emocional, la percepción del espacio y el ritmo de la narración. La elección de un plano responde siempre a una intención comunicativa y expresiva (Bordwell *et al*., 2020; Mascelli, 2013).

Los planos generales sitúan la acción en un contexto determinado y permiten comprender las relaciones espaciales entre los personajes y el entorno. Suelen utilizarse para introducir escenarios, describir ambientes o establecer la localización donde se desarrollará la secuencia.

Los planos medios favorecen el desarrollo de los diálogos y de las interacciones entre personajes. Al equilibrar la presencia del rostro y del lenguaje corporal, constituyen uno de los recursos más utilizados en entrevistas, informativos, ficción televisiva y comunicación institucional (Zettl, 2015).

Los primeros planos incrementan la intensidad dramática al concentrar la atención sobre las expresiones faciales y las emociones del personaje. Este tipo

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

Figura 30. Tipos de planos y funciones narrativas.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

de encuadre facilita la identificación emocional del espectador y suele emplearse en momentos de especial relevancia narrativa (Bordwell *et al.*, 2020).

Los planos detalle permiten destacar objetos, gestos o acciones que poseen un significado específico dentro del relato. Su utilización contribuye a enfatizar información relevante, anticipar acontecimientos o reforzar determinados elementos simbólicos de la narración (Aumont, 1992; Zunzunegui, 2016).

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

En la práctica profesional, la eficacia narrativa no depende de un único tipo de plano, sino de la combinación coherente de diferentes distancias de cámara. La alternancia entre planos amplios y cerrados permite construir un ritmo visual equilibrado, organizar la información y mantener el interés del espectador a lo largo de la secuencia (Mascelli, 2013).

3.4. Los ángulos de cámara

Además de la distancia entre la cámara y el sujeto, la posición desde la que se realiza la toma constituye uno de los recursos expresivos más importantes del lenguaje audiovisual. La variación del ángulo modifica la percepción del personaje, altera las relaciones de poder, influye en la carga emocional de la escena y condiciona la interpretación que realiza el espectador. La elección del ángulo responde siempre a una intención narrativa y comunicativa, más allá de una simple decisión técnica (Bordwell *et al.*, 2020; Mascelli, 2013).

El ángulo normal sitúa la cámara aproximadamente a la altura de los ojos del personaje. Se considera el punto de vista más neutro, ya que reproduce una perspectiva similar a la visión humana. Este encuadre favorece una relación de igualdad entre el espectador y el personaje, por lo que constituye el ángulo más habitual en entrevistas, informativos y gran parte de la ficción audiovisual (Zettl, 2015).

Figura 31. El ángulo normal.



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 32. El ángulo picado.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

En el ángulo picado, la cámara se sitúa por encima del sujeto y dirige la mirada hacia abajo. Esta perspectiva suele disminuir visualmente la presencia del personaje y puede transmitir sensaciones de vulnerabilidad, inferioridad, fragilidad o sometimiento, aunque su interpretación dependerá siempre del contexto narrativo (Mascelli, 2013; Bordwell *et al.*, 2020).

El ángulo contrapicado coloca la cámara por debajo del sujeto, orientando la mirada hacia arriba. Este recurso incrementa la presencia visual del personaje y suele asociarse con autoridad, poder, fortaleza o dominio. Es habitual en el cine de acción, la publicidad y la comunicación institucional cuando se pretende reforzar la imagen de liderazgo (Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 33).

El ángulo cenital sitúa la cámara completamente sobre el sujeto, ofreciendo una visión perpendicular del espacio. Además de facilitar la organización geométrica de la escena, este punto de vista puede transmitir pequeñez, aislamiento, vulnerabilidad o contemplación, dependiendo de la composición y del contexto narrativo (Aumont, 1992) (véase la figura 34).

El ángulo nadir constituye el punto de vista opuesto al cenital. La cámara se coloca directamente bajo el sujeto, produciendo una perspectiva poco habitual que enfatiza la altura, la monumentalidad y la espectacularidad de la escena. Su uso es frecuente en secuencias de acción, arquitectura o producciones donde se pretende reforzar la sensación de grandeza (Mascelli, 2013) (véase la figura 35).

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 33. El ángulo contrapicado.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 34. El ángulo cenital.



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 35. El ángulo nadir.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 36. El ángulo holandés o aberrante.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

El ángulo holandés, también denominado ángulo aberrante, se caracteriza por la inclinación deliberada de la cámara respecto al horizonte. Esta ruptura de la verticalidad genera una sensación de inestabilidad, tensión, incertidumbre o conflicto psicológico. Es un recurso ampliamente utilizado en el cine de suspense, terror, acción y en aquellas secuencias donde se pretende representar alteraciones emocionales o situaciones de desequilibrio (Bordwell *et al*., 2020; Brown, 2021) (véase la figura 36).

3.5. El movimiento como lenguaje

El movimiento de cámara constituye uno de los recursos expresivos más potentes del lenguaje audiovisual. A diferencia de la imagen estática, el desplazamiento de la cámara introduce una dimensión temporal que modifica la percepción del espacio, organiza la información visual y condiciona la interpretación narrativa de la escena (Bordwell *et al*., 2020; Mascelli, 2013).

Mover la cámara no significa únicamente cambiar el punto de vista del espectador. Cada movimiento responde a una intención comunicativa concreta: puede dirigir la atención hacia un elemento determinado, acompañar la acción de un personaje, revelar progresivamente información, aumentar la tensión dramática o reforzar la implicación emocional del espectador. El movimiento debe entenderse como un recurso narrativo y no como un simple efecto visual (Brown, 2021; Zettl, 2015).

La eficacia de un movimiento de cámara depende de su justificación dentro del relato. Un desplazamiento carente de propósito puede distraer al espectador o dificultar la comprensión de la escena, mientras que un movimiento planificado contribuye a reforzar el ritmo, la continuidad y la construcción del significado audiovisual (Mascelli, 2013; Bordwell *et al*., 2020).

En la producción audiovisual contemporánea, el desarrollo de estabilizadores electrónicos, drones y sistemas robotizados ha ampliado considerablemente las posibilidades de movimiento de cámara. Sin embargo, la disponibilidad tecnológica no sustituye la planificación narrativa. La elección del movimiento debe responder siempre a las necesidades expresivas de la historia y no únicamente a criterios estéticos o espectaculares (Brown, 2021).

3.6. Movimientos sobre eje fijo

Los movimientos sobre eje fijo se caracterizan porque la cámara permanece inmóvil en un mismo punto, girando únicamente sobre su propio eje. A diferencia de los movimientos con desplazamiento, el operador no modifica la posición física de la cámara, sino únicamente su orientación. Estos movimientos permiten ampliar la información visual, guiar la atención del

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

Figura 37. Panorámica.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

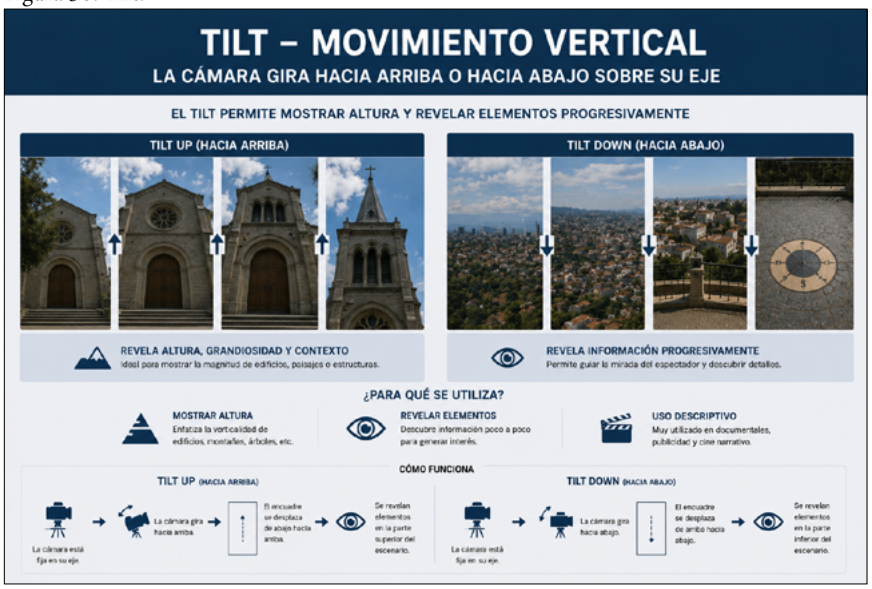
espectador y describir el espacio sin alterar el punto de observación (Mascelli, 2013; Brown, 2021).

Panorámica o paneo (pan). La panorámica consiste en un movimiento horizontal de la cámara sobre su eje, ya sea de izquierda a derecha o en sentido contrario. Puede emplearse para seguir el desplazamiento de un personaje, mostrar progresivamente un escenario, establecer relaciones entre distintos elementos del espacio o revelar información de forma gradual. Cuando se ejecuta con una velocidad adecuada, la panorámica favorece la continuidad espacial y facilita la orientación del espectador dentro de la escena (Bordwell *et al.*, 2020; Zettl, 2015).

El *tilt* es un movimiento vertical en el que la cámara gira sobre su eje hacia arriba (*tilt up*) o hacia abajo (*tilt down*). Este recurso permite enfatizar la altura de edificios o personajes, revelar elementos que permanecían ocultos o descubrir progresivamente la información contenida en la escena. Además de su función descriptiva, el tilt puede utilizarse con fines expresivos para generar expectación, sorpresa o reforzar la monumentalidad de un sujeto (Brown, 2021; Mascelli, 2013) (véase la figura 38).

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 38. Tilt.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

3.7. Movimientos con desplazamiento

A diferencia de los movimientos sobre eje fijo, los movimientos con desplazamiento implican un cambio real de la posición de la cámara en el espacio. Esta modificación del punto de vista incrementa la sensación de inmersión, acompaña la acción de los personajes y permite construir relaciones espaciales más complejas entre los diferentes elementos de la escena. Su utilización modifica significativamente la percepción del espectador y constituye uno de los recursos narrativos más importantes de la realización audiovisual (Bordwell *et al.*, 2020; Brown, 2021).

El travelling consiste en el desplazamiento físico de la cámara manteniendo una trayectoria determinada. Dependiendo de su dirección, puede cumplir diferentes funciones narrativas.

Travelling frontal o de aproximación. La cámara se acerca progresivamente al sujeto, aumentando la intensidad dramática y favoreciendo la implicación emocional del espectador. Se utiliza con frecuencia para destacar emociones, revelar información o concentrar la atención sobre un personaje (Mascelli, 2013) (véase la figura 39).

Travelling de retroceso o alejamiento. La cámara se separa del sujeto, ampliando el campo visual y proporcionando una visión más general del espacio. Este

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

Figura 39. Travelling frontal.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 40. Travelling de retroceso.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 41. Travelling lateral.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 42. Travelling circular.



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

movimiento puede sugerir distanciamiento emocional, cambio de contexto o finalización de una secuencia (Brown, 2021) (véase la figura 40).

El travelling lateral. La cámara acompaña el desplazamiento del sujeto manteniendo una distancia constante. Es habitual en escenas de caminatas, persecuciones y secuencias dialogadas, ya que preserva la continuidad espacial y el dinamismo de la acción (Bordwell et al., 2020). (véase la figura 41).

El travelling circular. La cámara rodea al personaje o al objeto, modificando progresivamente el punto de vista. Este recurso suele emplearse para intensificar la carga dramática, reforzar la tensión narrativa o destacar la importancia simbólica de un personaje (Mascelli, 2013) (véase la figura 42).

Sistemas de desplazamiento y estabilización

El desplazamiento físico de la cámara puede realizarse mediante diferentes sistemas técnicos, cuya elección depende de las necesidades narrativas y de producción.

Dolly. Plataforma con ruedas que permite ejecutar desplazamientos suaves y precisos sobre raíles o superficies preparadas. Es uno de los sistemas más utilizados en cine y publicidad por la estabilidad que proporciona (Brown, 2021).

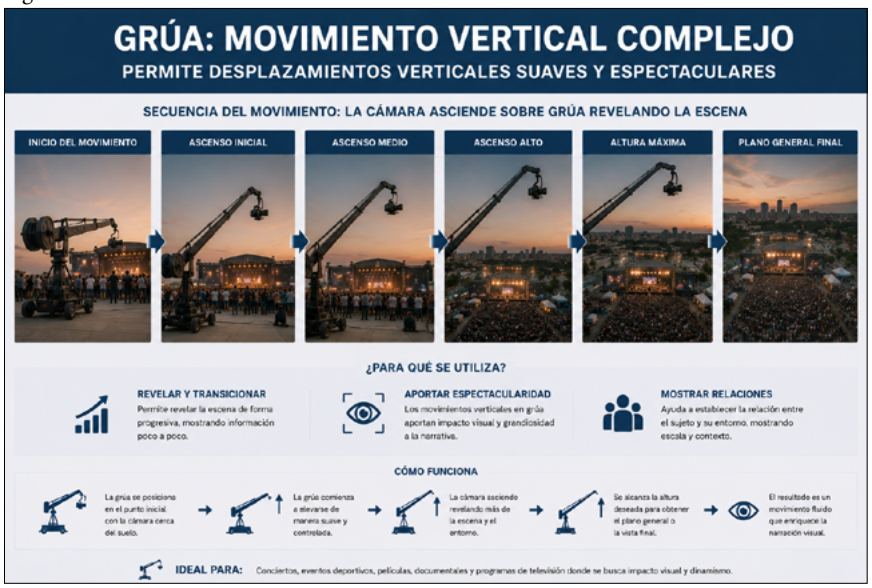
Figura 43. Dolly.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 44. Grúa.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Grúa. Sistema que permite combinar desplazamientos horizontales y verticales, ofreciendo puntos de vista elevados y movimientos de gran amplitud. Es frecuente en cine, retransmisiones deportivas, conciertos y grandes eventos audiovisuales (Zettl, 2015).

Steadicam. Sistema mecánico de estabilización corporal que permite realizar movimientos fluidos mientras el operador camina o corre. Ha transformado la realización cinematográfica al combinar libertad de movimiento con estabilidad de imagen (Brown, 2021) (véase la figura 45).

Gimbal. Estabilizador electrónico de tres ejes ampliamente utilizado en producción digital, documentales y contenidos para redes sociales. Su reducido tamaño y facilidad de uso lo convierten en una de las herramientas más empleadas en la producción audiovisual contemporánea (Brown, 2021) (véase la figura 46).

Cámara en mano. En este caso la cámara es sostenida directamente por el operador, sin sistemas de estabilización. La ligera inestabilidad de la imagen genera una sensación de realismo, inmediatez y presencia, motivo por el cual este recurso es habitual en reportajes, documentales, cine bélico y producciones que buscan una estética más inmersiva (Bordwell *et al.*, 2020) (véase la figura 47).

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

Figura 45. Steadicam.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

Figura 46. Gimbal.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 47. Cámara hombro o en mano.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

3.8. Zoom: ¿movimiento o ilusión?

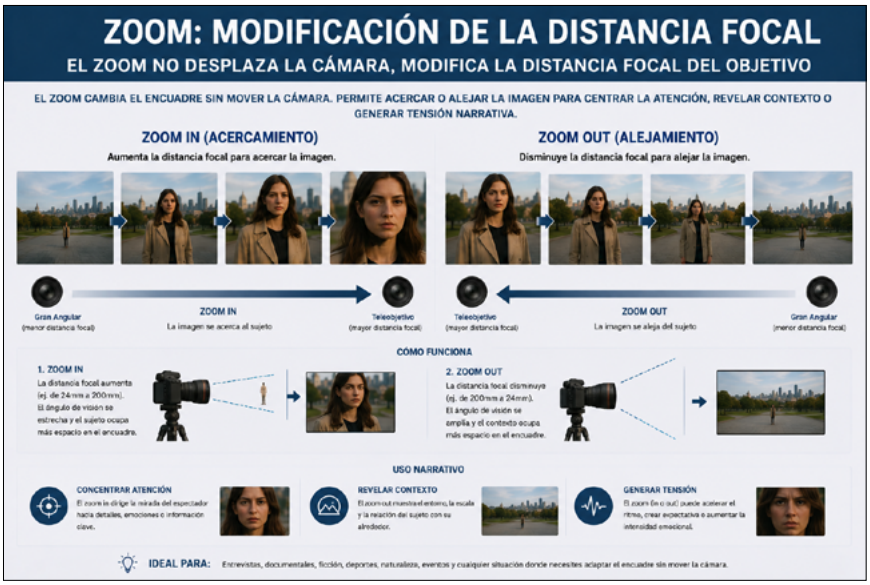
Aunque habitualmente se considera un movimiento de cámara, el zoom no implica un desplazamiento físico del equipo de grabación. En realidad, consiste en una modificación de la distancia focal del objetivo que altera el tamaño aparente de los sujetos dentro del encuadre sin cambiar la posición de la cámara. Muchos autores distinguen entre los movimientos reales de cámara y los cambios ópticos producidos por el zoom (Brown, 2021; Mascelli, 2013).

Existen dos modalidades principales. El *zoom in* reduce progresivamente el ángulo de visión y produce un aparente acercamiento al sujeto, concentrando la atención del espectador sobre un elemento concreto de la escena. El *zoom out* amplía el campo visual y genera una sensación de alejamiento, permitiendo descubrir el contexto espacial en el que se desarrolla la acción (Zettl, 2015).

Desde el punto de vista narrativo, el zoom puede utilizarse para enfatizar un detalle relevante, reforzar una emoción, revelar información de manera progresiva o modificar la percepción del espacio. Sin embargo, a diferencia del travelling, no altera la perspectiva de la imagen, ya que la relación espacial entre los distintos elementos permanece prácticamente invariable. Esta dife-

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

Figura 48. Zoom.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

rencia explica que ambos recursos produzcan efectos visuales y emocionales distintos, aunque aparentemente generen un mismo acercamiento o alejamiento (Bordwell *et al.*, 2020; Brown, 2021).

Por esta razón, la elección entre un zoom y un travelling debe responder siempre a la intención narrativa de la secuencia. Mientras el travelling introduce al espectador dentro del espacio audiovisual al modificar realmente el punto de vista, el zoom produce una transformación óptica que concentra o amplía la atención sin alterar la posición física desde la que se observa la escena (Mascelli, 2013).

3.9. El movimiento y las emociones

El movimiento de cámara no solo modifica la percepción del espacio, sino que también influye de manera directa en la respuesta emocional del espectador. La velocidad, la dirección, la continuidad y la fluidez del desplazamiento condicionan la forma en que se experimenta una escena y contribuyen a reforzar el significado narrativo de las imágenes (Bordwell *et al.*, 2020; Brown, 2021).

Los movimientos suaves, lentos y continuos suelen generar sensaciones de calma, contemplación, intimidad o serenidad. Este tipo de desplazamientos

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

Figura 49. Los movimientos de cámara y sus efectos.



Fuente: elaboración propia apoyada con inteligencia artificial.

resulta frecuente en escenas de carácter reflexivo, paisajes, secuencias románticas o producciones documentales donde se pretende favorecer una observación pausada del entorno (Mascelli, 2013).

Los movimientos rápidos, bruscos o inestables incrementan la tensión dramática y transmiten dinamismo, urgencia o incertidumbre. Su utilización es habitual en escenas de acción, persecuciones, deportes, cine bélico o secuencias que buscan reproducir el nerviosismo o la desorientación de los personajes (Brown, 2021).

La cámara en mano constituye un ejemplo especialmente significativo de esta dimensión emocional del movimiento. La ligera inestabilidad de la imagen genera una fuerte sensación de realismo e inmersión, haciendo que el espectador perciba los acontecimientos como si estuviera presente dentro de la acción. Este recurso es ampliamente utilizado en documentales, reportajes, cine social y producciones que persiguen una estética de mayor autenticidad (Bordwell *et al.*, 2020; Zettl, 2015).

El efecto emocional del movimiento nunca depende exclusivamente de la técnica empleada. La iluminación, el sonido, la música, el montaje y el contexto narrativo interactúan con el movimiento de cámara para construir una experiencia audiovisual coherente. La planificación del movimiento debe responder siempre a la intención expresiva del relato y no únicamente al deseo de incorporar recursos visualmente espectaculares (Chion, 1993; Mascelli, 2013).

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

3.10. Planos, ángulos y movimientos en redes sociales

Las plataformas digitales han transformado significativamente las convenciones tradicionales del lenguaje audiovisual. El consumo mayoritario de contenidos a través de teléfonos inteligentes, la navegación vertical y la competencia constante por captar la atención del usuario han favorecido nuevas estrategias de planificación visual y realización audiovisual (Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020; Scolari, 2018).

En plataformas como TikTok, Instagram Reels o YouTube Shorts predominan los primeros planos y los planos medios, ya que facilitan la identificación con el creador y permiten mantener una adecuada legibilidad de la imagen en pantallas de pequeño formato. Del mismo modo, el formato vertical (9:16) ha dejado de ser una adaptación del lenguaje audiovisual tradicional para convertirse en un estándar de producción con características narrativas propias (Scolari, 2018).

Los movimientos de cámara también han evolucionado. El uso de gimbals, estabilizadores electrónicos y cámaras en mano suavemente estabilizadas proporciona una sensación de cercanía, dinamismo e inmediatez que favorece la implicación del espectador. La duración reducida de los planos, la abundancia de cortes rápidos y la incorporación de movimientos breves responden a la necesidad de captar la atención durante los primeros segundos de reproducción (Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020).

Estas transformaciones no sustituyen los principios clásicos del lenguaje audiovisual. La elección del plano, el ángulo y el movimiento continúa dependiendo de la intención comunicativa del mensaje. La adaptación a los formatos digitales exige reinterpretar estos recursos, pero no renunciar a los criterios narrativos que sustentan una realización audiovisual eficaz (Bordwell *et al.*, 2020; Kress & van Leeuwen, 2021).

3.11. Inteligencia Artificial y planificación visual

La inteligencia artificial está incorporándose de forma progresiva a las distintas fases de la planificación audiovisual. Las herramientas generativas actuales permiten elaborar storyboards, simular movimientos de cámara, diseñar secuencias visuales, generar animáticas (previsualizations o previs) e incluso proponer diferentes alternativas de planificación antes del rodaje. Estas aplicaciones reducen los tiempos de preproducción y facilitan la exploración de soluciones creativas durante el diseño de un proyecto audiovisual (Hinojosa Becerra, Marín-Gutiérrez, & Maldonado Espinosa, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La inteligencia artificial actúa como una herramienta de apoyo y no como un sustituto del criterio profesional. La selección del tipo de plano, el án-

https://doi.org/10.52495/c3.emcs.51.c55

gulo, el movimiento de cámara o el ritmo visual continúa dependiendo de decisiones narrativas que requieren interpretar el contexto, las emociones de los personajes y los objetivos comunicativos de cada secuencia. La tecnología puede generar propuestas visuales, pero corresponde al realizador valorar su pertinencia narrativa, su coherencia estética y su eficacia comunicativa (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

El conocimiento de los principios clásicos del lenguaje audiovisual sigue siendo imprescindible para utilizar de forma crítica las herramientas de inteligencia artificial. Cuanto mayor sea la formación del profesional en composición, planificación y narrativa visual, mayor será también su capacidad para obtener resultados de calidad mediante sistemas generativos y para evaluar críticamente las propuestas producidas por estas tecnologías (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025; Arnheim, 2005).

Los errores más habituales en la planificación de los movimientos de cámara no suelen estar relacionados con la complejidad técnica, sino con la ausencia de una justificación narrativa. Entre ellos destacan el empleo excesivo de movimientos, que puede provocar fatiga visual; el desplazamiento de la cámara sin una finalidad expresiva; el abuso del zoom como recurso de impacto; la utilización indiscriminada de estabilizadores o drones sin aportar información relevante; y la tendencia a confundir espectacularidad con eficacia comunicativa (Brown, 2021; Mascelli, 2013).

En una realización audiovisual eficaz, cada movimiento debe responder a una intención narrativa concreta. La cámara no se desplaza porque sea técnicamente posible, sino porque ese desplazamiento contribuye a mejorar la comprensión de la historia, reforzar la emoción o dirigir la atención del espectador hacia los elementos más relevantes de la escena (Bordwell *et al*., 2020).

Los planos, los ángulos y los movimientos de cámara constituyen algunos de los recursos fundamentales del lenguaje audiovisual. A través de ellos es posible organizar la información visual, construir relaciones espaciales, intensificar las emociones y orientar la interpretación del espectador. Su dominio exige comprender no solo sus características técnicas, sino también su función narrativa y comunicativa.

En un contexto marcado por la incorporación de la inteligencia artificial a los procesos de producción audiovisual, estos principios mantienen plena vigencia. Las herramientas generativas pueden automatizar determinadas tareas y ampliar las posibilidades creativas, pero continúan dependiendo del criterio del profesional para seleccionar la solución visual más adecuada a cada proyecto. La capacidad para planificar visualmente una secuencia sigue constituyendo una de las competencias esenciales de cualquier comunicador 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 un primer plano genera mayor implicación emocional que un plano general?
¿Qué diferencias narrativas existen entre un ángulo picado y un contrapicado?
¿Cuándo resulta justificable utilizar cámara en mano?
¿Por qué el zoom no debe confundirse con un travelling?
¿Qué movimientos predominan actualmente en redes sociales y por qué?

Actividad práctica

Produzca una secuencia audiovisual de tres minutos que incluya: un gran plano general, un plano general, un plano medio, un primer plano, un plano detalle, un ángulo picado, un contrapicado, un travelling, un paneo y un movimiento con gimbal o cámara en mano.

Elabore posteriormente un informe de 2.000 palabras justificando la función narrativa de cada recurso utilizado.

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.