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

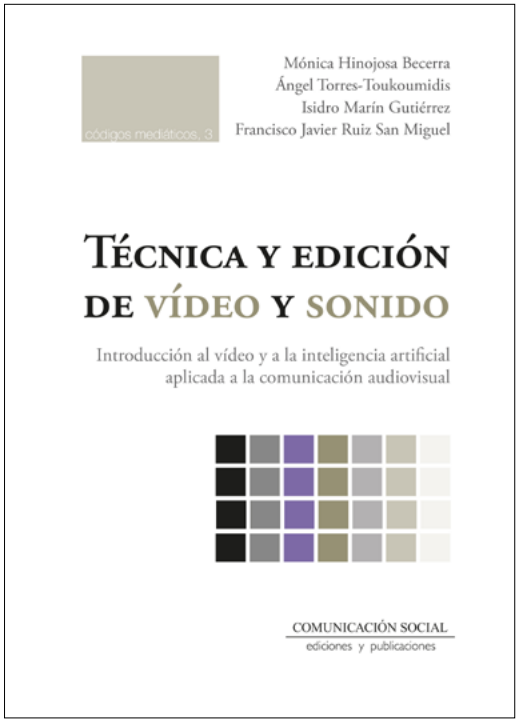
Capítulo 7

Título del Capítulo
«Producción audiovisual»

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): «Producción audiovisual». 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/c7.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

7.

Producción audiovisual

Toda producción audiovisual, desde un vídeo para redes sociales hasta una superproducción cinematográfica, requiere un proceso de planificación y coordinación que permita transformar una idea en un producto terminado. Aunque el público suele asociar el audiovisual con cámaras, actores o programas de edición, detrás de cualquier proyecto exitoso existe una compleja estructura organizativa que garantiza el uso eficiente de recursos humanos, técnicos, económicos y temporales.

La producción audiovisual constituye el conjunto de procesos destinados a planificar, coordinar, ejecutar y supervisar todas las actividades necesarias para la realización de un producto audiovisual. Su función consiste en asegurar que los objetivos creativos puedan alcanzarse dentro de las limitaciones de tiempo, presupuesto y recursos disponibles.

La calidad de una producción no depende únicamente del talento artístico o de la tecnología utilizada. En gran medida, el éxito de un proyecto audiovisual está determinado por la capacidad de anticipar problemas, organizar equipos de trabajo, optimizar recursos y gestionar adecuadamente las distintas fases de producción.

En un contexto caracterizado por la convergencia digital, la producción multiplataforma y la incorporación de herramientas de inteligencia artificial, las competencias relacionadas con la gestión audiovisual adquieren una relevancia creciente dentro de la formación universitaria.

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este capítulo, el estudiante será capaz de comprender las fases fundamentales de la producción audiovisual, identificar los roles y responsabilidades de un equipo de producción, diseñar planes básicos de producción, elaborar cronogramas y presupuestos, gestionar recursos humanos y técnicos, y aplicar metodologías de organización profesional.

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 organización.
CG2. Gestión de proyectos.
CG3. Resolución de problemas.
—*Competencias específicas*
CE1. Diseñar proyectos audiovisuales.
CE2. Coordinar recursos de producción.
CE3. Gestionar procesos audiovisuales complejos.

7.1. ¿Qué es la producción audiovisual?

La producción audiovisual puede definirse como el conjunto de procesos destinados a planificar, coordinar, gestionar y supervisar un proyecto audiovisual desde su concepción inicial hasta su distribución y difusión final. Su finalidad consiste en transformar una propuesta creativa en una obra viable, garantizando que los recursos humanos, técnicos, económicos y temporales se utilicen de forma eficiente para alcanzar los objetivos narrativos y artísticos del proyecto (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

La producción constituye el eje organizador de cualquier proyecto audiovisual. A lo largo de todas las fases del proceso, el equipo de producción coordina la disponibilidad de recursos, establece calendarios, gestiona presupuestos, organiza los equipos de trabajo, selecciona localizaciones, planifica la logística y supervisa el cumplimiento de los plazos previstos. Su labor permite que las decisiones creativas puedan materializarse dentro de las limitaciones económicas y técnicas de cada producción (Ciller & Palacio, 2016).

La producción audiovisual no debe entenderse únicamente como una actividad administrativa. Cada decisión relacionada con el presupuesto, la contratación del personal, la planificación del rodaje o la elección del equipamiento influye directamente en la calidad artística y narrativa del resultado final. La producción constituye un proceso de mediación permanente entre las aspiraciones creativas del proyecto y las posibilidades reales de ejecución (Millerson, 2007; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

En la actualidad, la digitalización de los procesos de trabajo, la aparición de nuevas plataformas de distribución y la incorporación de herramientas basadas en inteligencia artificial han ampliado las posibilidades de planificación y gestión de proyectos audiovisuales. La capacidad para coordinar equipos, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas continúa siendo una competencia esencial del productor audiovisual (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

7.2. Fases de la producción audiovisual

Tradicionalmente, la producción audiovisual se estructura en tres grandes fases: preproducción, producción y postproducción. Estas etapas forman un proceso continuo e interdependiente en el que las decisiones adoptadas durante cada fase condicionan el desarrollo de las siguientes. Una adecuada planificación inicial reduce los riesgos técnicos, económicos y organizativos, favoreciendo la calidad del resultado final (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

La preproducción constituye la fase estratégica del proyecto y, en muchos aspectos, la más importante de todo el proceso. Durante esta etapa se planifican los recursos humanos, técnicos, económicos y temporales que permitirán desarrollar la producción con eficacia. Entre las principales tareas se encuentran la investigación, el desarrollo de la idea, la escritura del guion, la elaboración del storyboard, la planificación técnica, la elaboración del presupuesto, la búsqueda de localizaciones, el casting, la organización del equipo y la preparación del plan de rodaje. Una preproducción rigurosa reduce significativamente la aparición de problemas durante las fases posteriores y optimiza el aprovechamiento de los recursos disponibles (Ciller & Palacio, 2016).

La producción, también denominada rodaje o grabación, corresponde a la fase en la que se obtienen los materiales audiovisuales que servirán de base para la obra definitiva. Durante este proceso se desarrollan la captación de imagen y sonido, la dirección de actores, la coordinación del equipo técnico, la supervisión de la iluminación, el control de continuidad y el seguimiento del plan de trabajo previsto. La eficacia de esta etapa depende en gran medida de la planificación realizada durante la preproducción (Millerson, 2007).

La postproducción comienza una vez finalizado el rodaje y tiene como objetivo transformar el material registrado en la versión definitiva del proyecto audiovisual. Entre las principales tareas destacan la selección y organización de los planos, el montaje, la corrección y gradación del color, el diseño sonoro, la incorporación de música, los efectos visuales, la mezcla de audio y la exportación en los formatos requeridos para su distribución. En esta fase se consolida la estructura narrativa de la obra y se define su identidad estética final (Dancyger, 2013; Brown, 2021).

Aunque tradicionalmente estas tres fases describen el proceso de producción, en la actualidad muchos proyectos incorporan una etapa adicional dedicada a la distribución y difusión, en la que se planifica la publicación del contenido en salas de cine, televisión, plataformas de streaming, redes sociales o cualquier otro canal de exhibición. La creciente importancia de los entornos digitales ha convertido esta fase en un componente estratégico del ciclo de vida de las producciones audiovisuales (Ciller & Palacio, 2016).

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

Figura 112. Fases de la producción audiovisual.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

7.3. El productor audiovisual

El productor audiovisual constituye una de las figuras centrales de cualquier proyecto de comunicación audiovisual. Su principal responsabilidad consiste en garantizar que la producción pueda desarrollarse de forma viable desde el punto de vista técnico, económico y organizativo, coordinando los recursos necesarios para que las decisiones creativas puedan materializarse dentro de los plazos y del presupuesto establecidos (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

La labor del productor comienza desde las primeras fases de desarrollo del proyecto y se prolonga hasta su finalización y distribución. Entre sus principales responsabilidades se encuentran la elaboración y control del presupuesto, la planificación del calendario de producción, la contratación del personal, la organización logística, la gestión de localizaciones, la coordinación de proveedores, la supervisión del cumplimiento del plan de rodaje y la resolución de las incidencias que puedan surgir durante el proceso de producción (Millerson, 2007).

Además de sus funciones organizativas, el productor desempeña un papel estratégico en la toma de decisiones. Debe equilibrar las necesidades artísticas del proyecto con las limitaciones económicas, técnicas y temporales, buscan-

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 113. El productor audiovisual.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

do soluciones que permitan mantener la calidad de la producción sin comprometer su viabilidad. La producción audiovisual constituye un proceso permanente de negociación entre creatividad, planificación y gestión de recursos (Ciller & Palacio, 2016).

El perfil profesional del productor exige una combinación de competencias técnicas, capacidad organizativa, liderazgo, habilidades de negociación y resolución de problemas. Asimismo, debe poseer conocimientos sobre legislación audiovisual, contratación, financiación, distribución y gestión de equipos multidisciplinares, ya que coordina el trabajo de profesionales pertenecientes a muy diferentes especialidades (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

La transformación digital del sector audiovisual ha ampliado además las funciones tradicionales del productor. La incorporación de plataformas de streaming, redes sociales, herramientas colaborativas e inteligencia artificial exige desarrollar nuevas competencias relacionadas con la gestión de flujos de trabajo digitales, la planificación multiplataforma y la optimización de procesos mediante tecnologías emergentes (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

En la práctica profesional, el productor desempeña también una importante función de gestión de riesgos. La identificación anticipada de posibles problemas relacionados con el presupuesto, la disponibilidad del equipo, las condiciones meteorológicas, las localizaciones o la tecnología permite reducir

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

imprevistos durante el rodaje y garantizar la continuidad del proyecto. La capacidad para anticipar y resolver incidencias constituye una de las competencias más valoradas en la producción audiovisual contemporánea (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

7.4. Estructura básica de un equipo audiovisual

La producción audiovisual constituye un trabajo esencialmente colaborativo en el que intervienen profesionales con funciones especializadas. La composición del equipo varía según el tipo de proyecto, el presupuesto disponible y la complejidad de la producción. En proyectos de pequeña dimensión, una misma persona puede asumir varias responsabilidades, mientras que en producciones cinematográficas o televisivas de gran envergadura cada función suele estar desempeñada por un especialista. Existen una serie de perfiles profesionales considerados fundamentales en la mayoría de las producciones audiovisuales (Ciller & Palacio, 2016; Millerson, 2007).

El director es el máximo responsable de la visión artística y narrativa del proyecto. Entre sus principales funciones destacan la interpretación del guion, la dirección de los actores, la coordinación de las diferentes áreas creativas y la toma de decisiones relacionadas con la puesta en escena, la planificación y el lenguaje audiovisual. Su labor consiste en garantizar la coherencia estética y narrativa de la producción (Bordwell *et al.*, 2020).

El productor coordina la organización general del proyecto y garantiza su viabilidad técnica, económica y logística. Entre sus responsabilidades se encuentran la elaboración y supervisión del presupuesto, la planificación del calendario de producción, la contratación del personal, la gestión de los recursos y la resolución de incidencias durante todo el proceso de producción (Ciller & Palacio, 2016).

El director de fotografía es el responsable de la construcción visual de la obra audiovisual. Supervisa la iluminación, la composición, la selección de objetivos, los movimientos de cámara y el tratamiento de la imagen, trabajando en estrecha colaboración con el director para traducir visualmente las necesidades narrativas del proyecto (Brown, 2021).

El sonidista se encarga de la captación y supervisión del sonido durante el rodaje. Entre sus funciones destacan la selección y colocación de los micrófonos, el control de los niveles de grabación, la monitorización del audio y la verificación de la calidad acústica del material registrado (Holman, 2010).

El director de arte es responsable del diseño visual de los espacios donde se desarrolla la narración. Coordina aspectos relacionados con los decorados, la utilería, el atrezo, la ambientación y la identidad estética de los escenarios, contribuyendo a reforzar el contexto narrativo y la caracterización visual de la producción (LoBrutto, 2002).

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 114. Estructura básica para un proyecto audiovisual.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

El montador, también denominado editor, participa en la fase de postproducción organizando el material grabado para construir la versión definitiva de la obra audiovisual. Entre sus funciones destacan la selección de tomas, la organización del ritmo narrativo, el control de la continuidad y la coordinación con los procesos de sonido, efectos visuales y corrección de color (Dancyger, 2013).

El éxito de una producción audiovisual depende, en gran medida, de la coordinación entre todos estos profesionales. Cada departamento aporta conocimientos especializados, pero únicamente el trabajo conjunto permite transformar una idea inicial en una obra audiovisual técnicamente sólida y narrativamente coherente (Millerson, 2007).

Aunque cada departamento posee responsabilidades específicas, ninguna de estas funciones puede desarrollarse de forma completamente independiente. Las decisiones adoptadas por el director condicionan el trabajo del director de fotografía, la planificación del productor influye sobre la organización del rodaje, el diseño de arte afecta a la iluminación y el montaje integra las aportaciones de todos los departamentos. La producción audiovisual constituye un proceso de colaboración interdisciplinar en el que la comunicación entre los equipos resulta tan importante como la especialización técnica de cada profesional (Ciller & Palacio, 2016; Millerson, 2007).

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

7.5. Documentos fundamentales de preproducción

La preproducción se apoya en una serie de documentos que permiten organizar el proyecto antes del inicio del rodaje. Estos materiales facilitan la comunicación entre los distintos departamentos, coordinan el trabajo del equipo y reducen la aparición de problemas durante la producción. Cada documento responde a una función específica, aunque todos forman parte de un mismo proceso de planificación audiovisual (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

El brief constituye el documento inicial del proyecto y resume sus objetivos, el público al que se dirige, los mensajes principales, las características de la producción y las necesidades generales del cliente o de la organización. A partir de esta información se desarrollan las restantes fases del proyecto (Ciller & Palacio, 2016).

La sinopsis presenta un resumen breve del contenido narrativo y permite comprender la estructura general de la historia sin entrar en el desarrollo detallado de las escenas. Su finalidad consiste en ofrecer una visión global del proyecto antes de elaborar el guion completo (Field, 2001).

El guion literario desarrolla la narración mediante la descripción de las acciones, los personajes, los diálogos y las situaciones que conforman la historia. Constituye el documento de referencia para el director y para el conjunto del equipo creativo durante las primeras fases de planificación (Field, 2001).

El guion técnico traduce el contenido narrativo a un lenguaje de realización audiovisual. En él se especifican los tipos de planos, los movimientos de cámara, los ángulos, el sonido, la iluminación y otros aspectos necesarios para planificar el rodaje desde un punto de vista técnico (Millerson, 2007).

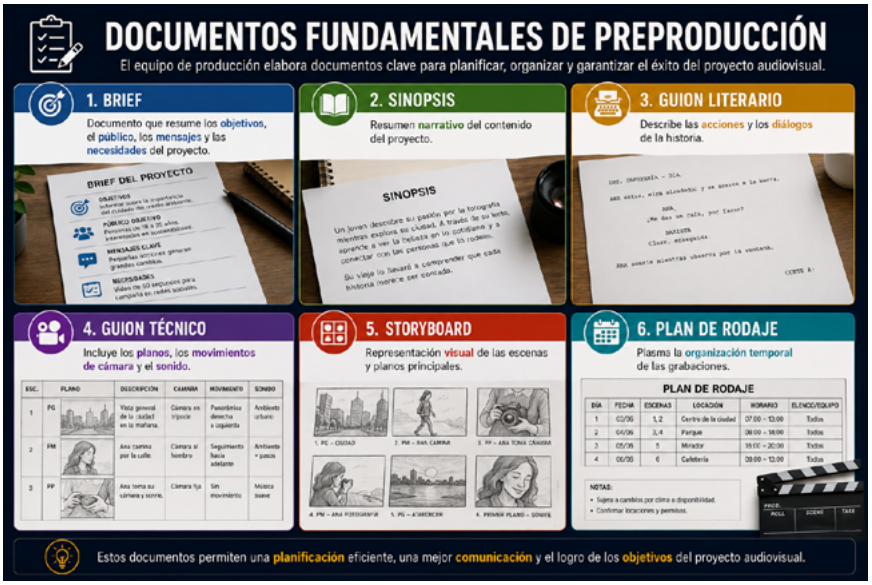
El storyboard representa gráficamente las principales escenas mediante ilustraciones secuenciales que permiten visualizar anticipadamente la planificación de la obra. Este documento facilita la comunicación entre el director, el director de fotografía, el equipo artístico y el resto de departamentos implicados en la producción (Hart, 2008).

El plan de rodaje organiza cronológicamente la producción, distribuyendo las jornadas de grabación, los horarios, las localizaciones, los recursos técnicos y la participación de los distintos profesionales. Una planificación rigurosa del rodaje contribuye a optimizar el tiempo disponible, reducir costes y mejorar la coordinación entre todos los departamentos (Ciller & Palacio, 2016).

Estos documentos constituyen la base organizativa de cualquier producción audiovisual. Su correcta elaboración permite anticipar necesidades, coordinar equipos y garantizar que las decisiones creativas puedan desarrollarse dentro de las posibilidades reales del proyecto (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 115. Documentos de preproducción.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

Además de estos documentos, la producción profesional suele elaborar un desglose de producción, en el que se identifican todos los recursos necesarios para cada escena (personajes, vestuario, atrezzo, efectos especiales, localizaciones, sonido o necesidades técnicas). Este documento constituye la base para elaborar el presupuesto, planificar el rodaje y coordinar el trabajo de los distintos departamentos (Ciller & Palacio, 2016).

7.6. El desglose de producción

El desglose de producción consiste en el análisis sistemático del guion con el propósito de identificar todos los recursos necesarios para llevar a cabo el rodaje. Este documento constituye uno de los principales instrumentos de planificación de la preproducción, ya que permite transformar el contenido narrativo del guion en necesidades concretas de producción, facilitando la organización del proyecto y la elaboración del presupuesto (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

El proceso de desglose se realiza escena por escena, registrando todos aquellos elementos que deberán estar disponibles durante el rodaje. Entre los aspectos que habitualmente se analizan se encuentran los personajes, las localizaciones, el vestuario, el maquillaje, el atrezzo, el equipamiento técnico,

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

Figura 116. El desglose de producción.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

los vehículos, los efectos especiales, los elementos sonoros, el transporte, las necesidades de iluminación y cualquier otro recurso imprescindible para desarrollar la producción (Millerson, 2007).

La información obtenida mediante el desglose constituye la base para elaborar el presupuesto, organizar el plan de rodaje, coordinar la logística y distribuir adecuadamente los recursos humanos y materiales. Una identificación precisa de estas necesidades permite reducir imprevistos, optimizar costes y mejorar la eficiencia del proceso de producción (Ciller & Palacio, 2016).

En la producción audiovisual contemporánea, el desglose suele realizarse mediante aplicaciones informáticas especializadas que facilitan la clasificación automática de los recursos y su integración con calendarios, presupuestos y planes de producción. La eficacia de estas herramientas continúa dependiendo del criterio del equipo de producción y de una correcta interpretación del guion (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

El desglose de producción constituye un documento estratégico que conecta la planificación creativa con la gestión técnica y económica del proyecto. Su correcta elaboración permite anticipar necesidades, coordinar departamentos y garantizar que cada jornada de rodaje disponga de los recursos necesarios para desarrollarse con eficacia (Ciller & Palacio, 2016).

En muchas productoras, el desglose de producción se realiza mediante un sistema de códigos de colores que permite identificar rápidamente los diferen-

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

tes tipos de recursos (personajes, vestuario, utilería, efectos especiales, sonido, transporte, etc.). Este procedimiento facilita la coordinación entre departamentos y agiliza la planificación del rodaje, especialmente en producciones de gran complejidad (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

7.7. Cronograma de producción

El cronograma de producción constituye el documento que organiza temporalmente todas las actividades necesarias para desarrollar un proyecto audiovisual. Su principal finalidad consiste en distribuir las tareas de forma lógica y coordinada, estableciendo la duración prevista de cada fase y las relaciones de dependencia existentes entre ellas. De este modo, el cronograma permite planificar el trabajo del equipo, optimizar los recursos disponibles y supervisar el cumplimiento de los plazos establecidos (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

Durante la fase de preproducción, el cronograma suele incluir actividades como la investigación inicial, el desarrollo del guion, la elaboración del presupuesto, el casting, la búsqueda de localizaciones, la preparación del plan de rodaje y la contratación del personal. Posteriormente, incorpora las jornadas de grabación correspondientes a la producción y las distintas tareas de postproducción, entre las que se encuentran el montaje, la edición de sonido, la corrección y gradación del color, los efectos visuales y la exportación del proyecto final (Millerson, 2007).

En proyectos de pequeña dimensión, el cronograma puede organizarse de forma semanal mediante una secuencia sencilla de actividades. Sin embargo, en producciones profesionales suele representarse mediante diagramas de Gantt o aplicaciones especializadas de gestión de proyectos, que permiten visualizar simultáneamente la duración de las tareas, los responsables de cada departamento y las relaciones de dependencia entre ellas (Ciller & Palacio, 2016).

La utilización de un cronograma aporta numerosas ventajas para la gestión de la producción audiovisual. Facilita el control temporal del proyecto, mejora la coordinación entre departamentos, optimiza el uso de los recursos técnicos y humanos, permite detectar posibles retrasos con antelación y favorece la toma de decisiones durante el desarrollo de la producción. En consecuencia, constituye una de las herramientas fundamentales para garantizar la viabilidad y el correcto seguimiento del proyecto (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

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

Figura 117. El cronograma de producción.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

7.8. Presupuesto audiovisual

El presupuesto audiovisual constituye el documento que estima y organiza los recursos económicos necesarios para desarrollar un proyecto desde la preproducción hasta su distribución final. Su finalidad consiste en garantizar la viabilidad financiera de la producción, facilitar la toma de decisiones y controlar la utilización de los recursos disponibles durante todas las fases del proyecto (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

La elaboración del presupuesto comienza una vez realizado el desglose de producción, ya que este documento identifica todos los recursos humanos, técnicos y materiales que serán necesarios durante el rodaje. A partir de esta información es posible estimar los costes y establecer prioridades en función de las características del proyecto (Ciller & Palacio, 2016).

En un presupuesto audiovisual suelen diferenciarse varias categorías principales. Los costes humanos incluyen los honorarios del director, productor, director de fotografía, operadores de cámara, técnicos de sonido, montadores, actores y el resto del equipo profesional. Los costes técnicos comprenden el

Figura 118. El presupuesto audiovisual.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

alquiler o adquisición de cámaras, objetivos, sistemas de iluminación, micrófonos, grabadoras, equipos informáticos y demás recursos tecnológicos necesarios para la producción (Millerson, 2007).

Los costes logísticos hacen referencia a los desplazamientos, el transporte del equipo, la alimentación, el alojamiento, los permisos de rodaje, los seguros y las localizaciones. Los costes de postproducción incluyen el montaje, la edición de sonido, la corrección y gradación del color, los efectos visuales, la composición musical y la exportación de los diferentes formatos de distribución (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

El principio fundamental de cualquier presupuesto consiste en combinar realismo y flexibilidad. Un presupuesto excesivamente optimista puede comprometer la viabilidad del proyecto, mientras que una planificación económica realista incorpora márgenes para afrontar imprevistos sin afectar significativamente al desarrollo de la producción. Es habitual reservar una partida destinada a contingencias, especialmente en proyectos de mayor complejidad (Ciller & Palacio, 2016).

El presupuesto no constituye únicamente un documento contable, sino una herramienta estratégica de planificación que condiciona la organización del rodaje, la disponibilidad de recursos y la calidad final de la producción audiovisual (Millerson, 2007).

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

En la producción profesional es habitual reservar una partida de contingencias, destinada a cubrir gastos imprevistos derivados de cambios meteorológicos, averías técnicas, modificaciones del plan de rodaje o incidencias logísticas. La existencia de este margen económico permite mantener la continuidad del proyecto sin comprometer el equilibrio general del presupuesto (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

7.9. Gestión de riesgos

La producción audiovisual implica incertidumbre. Por ello resulta necesario identificar posibles riesgos. Entre los que se contemplan los riesgos técnicos como fallos de equipos y pérdida de archivos; los riesgos climáticos como la lluvia, el viento y las temperaturas extremas; los riesgos humanos como las ausencias, enfermedades y retrasos. La estrategia es siempre diseñar planes alternativos.

Figura 119. La gestión de riesgos.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

7.10. Producción para redes sociales

Toda producción audiovisual se desarrolla en un contexto de incertidumbre en el que pueden surgir imprevistos capaces de alterar la planificación inicial. La gestión de riesgos constituye una de las funciones fundamentales del equipo de producción, cuyo objetivo consiste en identificar anticipadamente las posibles incidencias, evaluar su impacto y establecer estrategias que permitan minimizar sus consecuencias sobre el desarrollo del proyecto (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

Entre los riesgos más habituales se encuentran los riesgos técnicos, relacionados con averías del equipamiento, fallos eléctricos, problemas de almacenamiento, pérdida de archivos o incidencias en los sistemas de grabación. La existencia de equipos de respaldo, copias de seguridad y protocolos de verificación reduce significativamente el impacto de este tipo de situaciones (Millerson, 2007).

Los riesgos climáticos afectan especialmente a las producciones realizadas en exteriores. La lluvia, el viento, las temperaturas extremas o las variaciones bruscas de las condiciones meteorológicas pueden modificar el plan de rodaje y obligar a reorganizar el calendario previsto. Por ello, resulta habitual preparar localizaciones alternativas y jornadas de reserva para garantizar la continuidad de la producción (Ciller & Palacio, 2016).

También deben contemplarse los riesgos humanos, derivados de ausencias del personal, enfermedades, retrasos, problemas de coordinación o incidencias relacionadas con la disponibilidad de actores y técnicos. La correcta planificación de los equipos, la comunicación interna y la asignación de funciones claramente definidas contribuyen a reducir este tipo de situaciones (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

En la producción audiovisual contemporánea adquieren además una creciente importancia los riesgos tecnológicos y de ciberseguridad, como la pérdida de información digital, fallos en los sistemas de almacenamiento, ataques informáticos o problemas asociados a la gestión de archivos en entornos colaborativos. La implantación de protocolos de respaldo y la protección de los datos de producción forman parte de las buenas prácticas profesionales actuales (Brown, 2021).

La estrategia más eficaz para afrontar estos riesgos consiste en desarrollar planes de contingencia que contemplen soluciones alternativas antes de que aparezcan los problemas. La capacidad para anticipar incidencias, adaptar la planificación y reorganizar los recursos constituye una de las competencias más importantes del productor audiovisual y uno de los principales factores que determinan el éxito de una producción (Ciller & Palacio, 2016; Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

En numerosas productoras audiovisuales se utiliza una matriz de riesgos, donde cada posible incidencia se clasifica según su probabilidad de ocurren-

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

Figura 120. La producción para RRSS.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

cia y el impacto que tendría sobre el proyecto. Esta herramienta facilita la priorización de las medidas preventivas y permite asignar recursos a aquellos riesgos que podrían comprometer el calendario, el presupuesto o la calidad de la producción (Ciller & Palacio, 2016).

7.11. Producción multiplataforma

La transformación digital ha modificado profundamente los procesos de producción audiovisual. En la actualidad, un mismo proyecto suele diseñarse desde su origen para ser distribuido a través de diferentes plataformas y formatos, adaptando el contenido a las características técnicas, narrativas y de consumo de cada medio. Este modelo de trabajo, conocido como producción multiplataforma, permite ampliar el alcance de la comunicación y optimizar el aprovechamiento de los recursos de producción (Ruiz San Miguel *et al.*, 2016; Scolari, 2013).

Una única producción puede generar múltiples piezas audiovisuales derivadas. Por ejemplo, un evento universitario puede dar lugar a un vídeo institucional, un reel para Instagram, un vídeo vertical para TikTok, un episodio de podcast, una noticia para la página web, una galería fotográfica y diversos contenidos para redes sociales. Aunque todos estos productos comparten un

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 121. La producción multiplataforma.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

mismo origen, cada uno de ellos responde a objetivos comunicativos, formatos y públicos diferentes (Ruiz San Miguel *et al.*, 2016).

La producción multiplataforma exige planificar desde la fase de preproducción qué contenidos serán necesarios para cada canal de difusión. Esta estrategia condiciona el rodaje, la captación de imagen y sonido, la composición de los planos, el formato de grabación y el proceso de edición, permitiendo obtener materiales adaptados a pantallas horizontales, verticales o cuadradas sin necesidad de realizar nuevas grabaciones (Scolari, 2013; Millerson, 2007).

Entre sus principales ventajas destacan la maximización del alcance comunicativo, la optimización de los recursos disponibles, el incremento de la visibilidad del proyecto y la posibilidad de adaptar el mensaje a diferentes perfiles de audiencia. Además, este modelo favorece una mayor rentabilidad de la producción al generar múltiples productos audiovisuales a partir de un único proceso de grabación (Ruiz San Miguel *et al.*, 2016).

La consolidación de plataformas digitales, redes sociales y servicios de streaming ha convertido la producción multiplataforma en una competencia esencial para los profesionales de la comunicación audiovisual contemporánea. La planificación estratégica de los contenidos y su adaptación a diferentes canales de distribución forman parte del trabajo habitual de productores, realizadores y responsables de comunicación (Scolari, 2013; Ciller & Palacio, 2016).

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

7.12. Producción sostenible

La producción sostenible consiste en incorporar criterios ambientales, sociales y económicos que permitan reducir el impacto de las actividades audiovisuales sin comprometer la calidad artística ni la viabilidad del proyecto. En los últimos años, la sostenibilidad se ha convertido en una prioridad para la industria cinematográfica, televisiva y publicitaria, impulsando la adopción de protocolos destinados a optimizar el uso de los recursos y minimizar la huella ambiental de las producciones (McCabe & Bernal, 2026; Roger-Monzó, 2022).

Entre las principales prácticas recomendadas destaca la reducción de desplazamientos mediante una planificación eficiente del plan de rodaje y la utilización de reuniones virtuales cuando resulte posible. La digitalización de la documentación de producción disminuye el consumo de papel y facilita el intercambio de información entre los diferentes departamentos (McCabe & Bernal, 2026).

La sostenibilidad también implica optimizar el consumo energético mediante la utilización de sistemas de iluminación LED, equipos de bajo consumo y una gestión eficiente de los recursos eléctricos durante el rodaje. Del mismo modo, la reutilización de decorados, vestuario, utilería y materiales de producción contribuye a reducir la generación de residuos y favorece un aprovechamiento más responsable de los recursos disponibles (Roger-Monzó, 2022).

Otra medida relevante consiste en planificar adecuadamente la gestión de residuos generados durante la producción, fomentando el reciclaje, la reducción de plásticos de un solo uso y el empleo de materiales reutilizables. Estas actuaciones no solo disminuyen el impacto ambiental del proyecto, sino que también favorecen una utilización más eficiente del presupuesto y de los recursos logísticos (McCabe & Bernal, 2026).

En la actualidad, la producción sostenible forma parte de la responsabilidad social de las empresas audiovisuales y constituye un criterio cada vez más valorado por instituciones públicas, plataformas de distribución y organismos financiadores. La integración de principios de sostenibilidad debe entenderse como una competencia profesional vinculada a la gestión responsable de los proyectos audiovisuales contemporáneos (Roger-Monzó, 2022) (véase la figura 122).

7.13. Inteligencia Artificial y producción audiovisual

La inteligencia artificial está transformando de manera acelerada los procesos de producción audiovisual, incorporándose a tareas de planificación, organización y gestión que tradicionalmente requerían una importante dedicación humana. Estas herramientas permiten automatizar numerosas actividades ad-

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 122. La producción sostenible.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

ministrativas y creativas, facilitando la toma de decisiones y optimizando la gestión de los recursos disponibles (Hinojosa Becerra, Marín-Gutiérrez, & Maldonado Espinosa, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre sus aplicaciones actuales destacan la generación asistida de guiones, la creación automática de storyboards, la planificación de calendarios de producción, la elaboración de documentos técnicos, la clasificación de archivos audiovisuales, la gestión documental y la organización de recursos humanos y materiales. La IA comienza a utilizarse para estimar costes de producción, optimizar planes de rodaje y analizar grandes volúmenes de información con el fin de facilitar la toma de decisiones durante la preproducción (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La incorporación de estas tecnologías aporta importantes beneficios para la producción audiovisual. Entre ellos destacan el ahorro de tiempo en tareas repetitivas, la automatización de procesos administrativos, la optimización de recursos, la mejora de la planificación y una mayor capacidad para analizar diferentes escenarios de producción antes del inicio del rodaje. Estas ventajas permiten que el equipo dedique más tiempo a las decisiones creativas y estratégicas del proyecto (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

El uso de la inteligencia artificial también plantea desafíos significativos. La dependencia excesiva de sistemas automatizados puede reducir la capacidad crítica del equipo de producción, mientras que los sesgos algorítmicos, la

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

Figura 123. La IA y la producción audiovisual.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

utilización de datos de entrenamiento de procedencia diversa y las cuestiones relacionadas con la transparencia, la propiedad intelectual y la protección de los derechos de autor exigen una utilización responsable de estas herramientas (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025).

La inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta de apoyo a la producción y no como un sustituto del productor audiovisual. La planificación estratégica, la negociación, la coordinación de equipos, la resolución de imprevistos y la toma de decisiones creativas continúan siendo competencias esencialmente humanas que requieren experiencia, criterio profesional y una comprensión global del proyecto audiovisual (Ciller & Palacio, 2016; Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

7.14. Producción universitaria

Los proyectos desarrollados en el ámbito universitario presentan características propias que los diferencian de las producciones profesionales. Su finalidad principal no consiste únicamente en obtener un producto audiovisual de calidad, sino también en favorecer el aprendizaje práctico de los estudiantes mediante la aplicación integrada de los conocimientos adquiridos durante su formación académica (Ciller & Palacio, 2016; Millerson, 2007).

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

Figura 124. La producción audiovisual universitaria.



Fuente: Elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

En la mayoría de los casos, estas producciones se caracterizan por disponer de presupuestos reducidos, equipos de trabajo limitados, plazos condicionados por el calendario académico y una disponibilidad restringida de recursos técnicos. Estas limitaciones obligan a desarrollar estrategias de planificación especialmente rigurosas y a potenciar la creatividad como herramienta para resolver problemas de producción sin incrementar los costes del proyecto (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 19952).

La producción universitaria constituye además un entorno privilegiado para adquirir competencias profesionales relacionadas con el trabajo en equipo, la organización del tiempo, la distribución de responsabilidades y la resolución de imprevistos. El proceso de aprendizaje resulta tan importante como el resultado final, ya que permite al alumnado comprender el funcionamiento real de una producción audiovisual y desarrollar habilidades aplicables posteriormente al ámbito profesional (Ciller & Palacio, 2016).

Una producción académica bien planificada debe priorizar la coordinación entre los miembros del equipo, la correcta elaboración de la documentación de preproducción y la utilización eficiente de los recursos disponibles. La planificación rigurosa permite compensar muchas de las limitaciones económicas propias de este tipo de proyectos y favorece la obtención de resultados de elevada calidad técnica y narrativa (Millerson, 2007).

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

Errores frecuentes en la producción universitaria

Entre los errores más habituales destaca la subestimación del tiempo necesario para desarrollar las diferentes fases del proyecto, lo que suele provocar retrasos acumulados y dificultades durante el rodaje. La planificación insuficiente constituye una de las principales causas de problemas organizativos y de incremento de los costes de producción (Ciller & Palacio, 2016).

También es frecuente elaborar presupuestos poco realistas, que no contemplan todas las necesidades del proyecto o que omiten partidas destinadas a imprevistos. Del mismo modo, una comunicación deficiente entre los diferentes departamentos puede generar duplicidad de tareas, errores de coordinación y retrasos innecesarios durante la producción (Wurtzel, Rosenbaum & Dominick, 1995).

Otro problema especialmente relevante consiste en no realizar copias de seguridad del material audiovisual durante el rodaje y la postproducción. La pérdida de archivos constituye una de las incidencias más graves que pueden afectar a un proyecto académico y, en numerosos casos, obliga a repetir total o parcialmente la producción. Por ello, resulta imprescindible establecer protocolos sistemáticos de respaldo y verificación de los materiales registrados (Brown, 2021).

El éxito de una producción universitaria depende menos de la disponibilidad de grandes recursos económicos que de la capacidad para planificar el trabajo, coordinar eficazmente al equipo y anticipar los posibles problemas antes del inicio del rodaje. Estas competencias constituyen la base del ejercicio profesional en cualquier ámbito de la producción audiovisual (Ciller & Palacio, 2016).

Caso práctico

La producción de un vídeo institucional universitario cuyo objetivo sea promocionar una carrera universitaria. En la fase de preproducción se elaborará: el brief, guion, storyboard y plan de rodaje. En la fase de producción se realizarán las entrevistas, los recursos visuales y la vida universitaria. En la fase de postproducción se realizará la edición, el sonido, el color y la exportación. La duración final será de tres minutos. El equipo mínimo estará comprendido por un director, productor, cámara, sonidista y editor.

A las conclusiones que podemos llegar es que la producción audiovisual constituye el eje organizador de todo proyecto audiovisual. Su función consiste en transformar ideas creativas en productos viables mediante una adecuada gestión de recursos humanos, técnicos y económicos. El éxito de una producción depende menos de la improvisación que de la planificación rigurosa. En un entorno caracterizado por la convergencia digital y la incorporación de nuevas tecnologías, las competencias relacionadas con la gestión de proyectos

https://doi.org/10.52495/c7.emcs.51.c55

adquieren una importancia creciente para los profesionales de la comunicación audiovisual.

Preguntas de reflexión

¿Por qué la preproducción suele considerarse la fase más importante?
¿Qué consecuencias puede tener una mala planificación?
¿Cómo ha transformado la producción digital los modelos tradicionales?
¿Qué ventajas y riesgos presenta la IA en la gestión audiovisual?
¿Cómo puede optimizarse un proyecto universitario con recursos limitados?

Actividad práctica

Diseñe un proyecto audiovisual institucional de cinco minutos para promocionar una facultad universitaria.

Debe elaborar el brief, la sinopsis, el guion técnico, el storyboard, el cronograma, el presupuesto, el plan de riesgos. Y redacte una memoria de producción de 3.000 palabras justificando todas las decisiones adoptadas.

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.