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

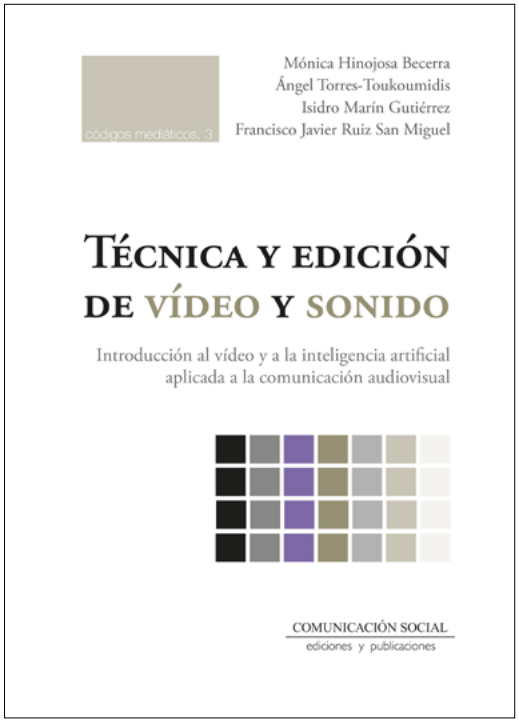
Capítulo 12

Título del Capítulo
«Inteligencia artificial aplicada a la 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): «Inteligencia artificial aplicada a la 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/c12.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

12.

Inteligencia artificial aplicada a la producción audiovisual

La Inteligencia Artificial (IA) constituye una de las transformaciones tecnológicas más importantes de la historia reciente de la comunicación. Su incorporación progresiva a los procesos de producción audiovisual está modificando la forma en que se crean, editan, distribuyen y consumen los contenidos mediáticos. A diferencia de otras innovaciones tecnológicas que afectaron principalmente a aspectos técnicos específicos, la IA interviene simultáneamente en múltiples etapas de la cadena de producción audiovisual: investigación, escritura de guiones, generación de imágenes, edición de vídeo, producción sonora, corrección de color, distribución y análisis de audiencias.

Esta situación genera oportunidades extraordinarias para incrementar la productividad, democratizar el acceso a herramientas profesionales y ampliar las posibilidades creativas. Sin embargo, también plantea importantes desafíos relacionados con la ética, los derechos de autor, la desinformación, la transparencia y la transformación del mercado laboral. La formación universitaria debe superar las visiones simplistas que presentan la IA como una amenaza o como una solución universal. El reto consiste en comprender sus capacidades, limitaciones e implicaciones sociales para integrarla de manera crítica y responsable en la práctica profesional. Este capítulo analiza el impacto de la Inteligencia Artificial en la producción audiovisual contemporánea y ofrece herramientas conceptuales y prácticas para su utilización en entornos académicos y profesionales.

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este capítulo, el estudiante será capaz de comprender los fundamentos básicos de la Inteligencia Artificial, identificar aplicaciones de IA en la producción audiovisual, analizar críticamente las implicaciones éticas de estas tecnologías, utilizar herramientas de IA para optimizar procesos creativos, diseñar estrategias de integración responsable de IA y evaluar el impacto futuro de la automatización en la comunicación audiovisual.

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

Competencias

—*Competencias generales*
CG1. Pensamiento crítico tecnológico.
CG2. Adaptación a entornos digitales emergentes.
CG3. Innovación y creatividad.
—*Competencias específicas*
CE1. Utilizar herramientas de IA aplicadas al audiovisual.
CE2. Evaluar riesgos éticos y profesionales.
CE3. Integrar tecnologías emergentes en proyectos de comunicación.

12.1. ¿Qué es la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial (IA) puede definirse como el conjunto de sistemas computacionales capaces de ejecutar tareas que tradicionalmente requerían determinadas capacidades cognitivas humanas, como el aprendizaje, el reconocimiento de patrones, la clasificación de información, la generación de contenidos, la resolución de problemas y el apoyo a la toma de decisiones (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025).

El desarrollo de la inteligencia artificial se fundamenta en la utilización de algoritmos capaces de analizar grandes volúmenes de datos, identificar regularidades y generar respuestas adaptadas a diferentes contextos. En las últimas décadas, los avances en aprendizaje automático (*Machine Learning*) y, especialmente, en aprendizaje profundo (*Deep Learning*) han ampliado considerablemente las capacidades de estos sistemas, permitiendo aplicaciones cada vez más sofisticadas en ámbitos científicos, industriales, educativos y creativos (Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016; Russell & Norvig, 2024).

En el ámbito de la comunicación audiovisual, la inteligencia artificial se aplica actualmente a tareas como la generación de imágenes y vídeos, la edición automática, la restauración de sonido, la creación de subtítulos, el reconocimiento de objetos, la clasificación de contenidos y la asistencia durante los procesos de producción y postproducción. Estas aplicaciones han modificado profundamente los flujos de trabajo profesionales y continúan ampliando las posibilidades de creación audiovisual (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025).

La inteligencia artificial no debe entenderse como una reproducción de la inteligencia humana. Estos sistemas operan mediante modelos matemáticos entrenados con grandes cantidades de datos y carecen de conciencia, intención, comprensión contextual o capacidad autónoma para atribuir significado a la información que procesan. Su funcionamiento depende del diseño de los algoritmos, de los datos utilizados durante el entrenamiento y de las decisiones adoptadas por los profesionales que los desarrollan y utilizan (Russell & Norvig, 2024).

Figura 196. Usos de la IA en el flujo audiovisual.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

La inteligencia artificial constituye una herramienta de enorme potencial para la producción audiovisual contemporánea, pero su utilización debe integrarse dentro de un enfoque crítico y responsable. La creatividad, la interpretación narrativa y la toma de decisiones comunicativas continúan siendo competencias propias del ser humano, mientras que la IA actúa como un sistema de apoyo capaz de optimizar numerosos procesos técnicos y organizativos (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025; León-Alberca & Torres-Toukoumidis, 2024).

Actualmente, gran parte de las aplicaciones utilizadas en comunicación audiovisual se basan en modelos de aprendizaje automático (Machine Learning) y aprendizaje profundo (Deep Learning) (Hinojosa Becerra, Marín-Gutiérrez, & Maldonado Espinosa, 2024).

12.2. Evolución de la IA en la comunicación audiovisual

La relación entre la inteligencia artificial y la comunicación audiovisual no constituye un fenómeno reciente. Desde finales del siglo XX, numerosos procesos técnicos incorporaban algoritmos capaces de automatizar determinadas tareas relacionadas con la producción, la distribución y el consumo de contenidos audiovisuales. Entre estas aplicaciones destacan la corrección automática de color, la compresión de vídeo, el reconocimiento facial, la es-

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

Figura 197. Evolución de la IA en el audiovisual.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

tabilización de imagen, la catalogación de archivos y los sistemas de recomendación utilizados por plataformas digitales (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Durante las primeras etapas de desarrollo, la inteligencia artificial se orientó principalmente hacia la automatización de procesos repetitivos y al análisis de grandes volúmenes de información. Estas aplicaciones mejoraron progresivamente la eficiencia técnica de la producción audiovisual, aunque la creatividad y la generación de contenidos continuaban dependiendo casi exclusivamente de la intervención humana (Goodfellow *et al*., 2016).

El verdadero cambio se produjo con la aparición de la inteligencia artificial generativa, capaz de producir textos, imágenes, vídeos, sonidos y otros contenidos originales a partir de instrucciones formuladas por los usuarios. Esta evolución ha ampliado considerablemente las posibilidades creativas de la comunicación audiovisual y ha transformado numerosos procesos relacionados con la producción, la edición, la postproducción y la distribución de contenidos (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La evolución reciente de la inteligencia artificial aplicada al audiovisual puede resumirse en tres grandes etapas. Durante la década de 1990 comenzaron a incorporarse sistemas de automatización destinados a optimizar procesos técnicos como la edición digital, la compresión de vídeo o la gestión de archivos audiovisuales. En la década de 2010, los avances en aprendizaje

profundo impulsaron el desarrollo del reconocimiento avanzado de imágenes, voz, objetos y rostros, facilitando nuevas aplicaciones para la producción y la distribución de contenidos. Desde la década de 2020, la consolidación de la IA generativa ha permitido crear automáticamente textos, imágenes, vídeos, música y voces sintéticas con un elevado grado de calidad y realismo (Goodfellow *et al.*, 2016; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Esta evolución ha modificado profundamente el ecosistema audiovisual contemporáneo. La inteligencia artificial ya no se limita a optimizar procesos técnicos, sino que participa activamente en la creación de contenidos y en el desarrollo de nuevas formas de producción audiovisual. La utilización de estas herramientas continúa requiriendo supervisión humana para garantizar la calidad, la coherencia narrativa y el cumplimiento de los principios éticos y profesionales de la comunicación audiovisual (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.3. Inteligencia Artificial generativa

La inteligencia artificial generativa constituye una de las principales innovaciones tecnológicas de la comunicación digital contemporánea. A diferencia de los sistemas tradicionales de inteligencia artificial, orientados principalmente al análisis, la clasificación o el reconocimiento de información, la IA generativa es capaz de crear nuevos contenidos a partir de modelos entrenados con grandes volúmenes de datos y de las instrucciones proporcionadas por los usuarios (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Russell & Norvig, 2024).

Estos sistemas permiten generar una amplia variedad de contenidos, entre los que destacan textos, imágenes, vídeos, música, voces sintéticas, animaciones e incluso proyectos audiovisuales complejos que integran diferentes modalidades de información. Esta capacidad ha ampliado considerablemente las posibilidades de producción y experimentación dentro de la industria audiovisual y de la comunicación digital (Goodfellow *et al.*, 2016).

La característica fundamental de la inteligencia artificial generativa reside en que no se limita a interpretar la información existente, sino que produce nuevos contenidos mediante modelos probabilísticos capaces de identificar patrones aprendidos durante el proceso de entrenamiento. El resultado no constituye una simple copia de los datos originales, sino una nueva combinación generada a partir de las relaciones estadísticas que el sistema ha aprendido durante su desarrollo (Russell & Norvig, 2024).

En el ámbito audiovisual, la IA generativa se aplica actualmente a la elaboración de guiones, la creación de imágenes, la generación de vídeos, la producción musical, la síntesis de voz, la animación, el diseño de personajes y numerosos procesos de apoyo a la producción y la postproducción. Estas apli-

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

Figura 198. La IA generativa.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

caciones están modificando profundamente los flujos de trabajo tradicionales y ampliando las posibilidades creativas de los profesionales de la comunicación audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La utilización de la inteligencia artificial generativa plantea importantes desafíos relacionados con la autoría, los derechos de propiedad intelectual, la transparencia, los sesgos presentes en los datos de entrenamiento y la responsabilidad sobre los contenidos generados. Su incorporación a la producción audiovisual requiere combinar el potencial tecnológico con una reflexión ética y profesional que garantice un uso responsable de estas herramientas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.4. IA aplicada a la preproducción

La preproducción constituye una de las fases del proceso audiovisual donde la inteligencia artificial ofrece actualmente un mayor número de aplicaciones prácticas. La automatización de tareas relacionadas con la búsqueda de información, la generación de ideas, la planificación narrativa y la organización documental permite reducir significativamente los tiempos de preparación del proyecto y facilita el trabajo de los equipos de producción (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Russell & Norvig, 2024).

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

Figura 199. La IA aplicada a la preproducción.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

Una de las aplicaciones más extendidas corresponde a la investigación documental. Los sistemas de inteligencia artificial permiten localizar información relevante, resumir documentos extensos, organizar bibliografía, identificar tendencias y clasificar grandes volúmenes de datos en un tiempo considerablemente inferior al requerido mediante procedimientos exclusivamente manuales. Estas funciones resultan especialmente útiles durante las primeras fases de planificación de documentales, reportajes, proyectos educativos o producciones institucionales (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La inteligencia artificial también desempeña un papel importante en los procesos de generación de ideas. Mediante la interacción con modelos generativos es posible desarrollar propuestas iniciales, explorar diferentes enfoques narrativos, realizar ejercicios de lluvia de ideas (*brainstorming*) y apoyar la conceptualización de proyectos audiovisuales. Estas herramientas favorecen la exploración creativa, aunque la selección y valoración de las propuestas continúa dependiendo del criterio del equipo de producción (Goodfellow *et al.*, 2016).

En el ámbito de la escritura de guiones, la IA puede colaborar en la elaboración de sinopsis, escaletas, tratamientos narrativos y versiones preliminares del guion. Asimismo, facilita la reorganización de escenas, la generación de alternativas narrativas y la revisión de estructuras argumentales. La definición de los personajes, la construcción dramática y la coherencia narrativa siguen

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

requiriendo la intervención del guionista y del director (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otra aplicación especialmente relevante corresponde a la creación de *storyboards* y referencias visuales. Los sistemas de IA generativa permiten producir rápidamente imágenes conceptuales que ayudan a visualizar encuadres, composiciones, localizaciones, iluminación o propuestas de dirección artística durante las primeras fases del proyecto. Estas imágenes facilitan la comunicación entre los distintos departamentos y agilizan considerablemente la planificación de la producción (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La principal aportación de la inteligencia artificial durante la preproducción consiste en la reducción significativa del tiempo de planificación y en el apoyo a los procesos de organización y generación de propuestas creativas. Sin embargo, la definición de los objetivos comunicativos, la toma de decisiones estratégicas y la construcción del significado narrativo continúan siendo responsabilidades del equipo humano encargado de la producción audiovisual (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.5. IA aplicada a la producción audiovisual

La inteligencia artificial también está transformando la fase de producción audiovisual, incorporándose a numerosos dispositivos de grabación y asistencia técnica. Las cámaras digitales de última generación integran sistemas inteligentes capaces de automatizar diversas funciones relacionadas con el enfoque, la exposición, el seguimiento de sujetos y el análisis de la escena, mejorando la eficiencia del trabajo durante el rodaje (Hinojosa Becerra *et al*., 2024; Brown, 2021).

Una de las aplicaciones más extendidas corresponde al seguimiento inteligente de sujetos (*Intelligent Subject Tracking*). Mediante algoritmos de reconocimiento visual, las cámaras son capaces de identificar rostros, ojos, personas, animales o vehículos y mantener automáticamente el enfoque sobre ellos incluso cuando se desplazan dentro del encuadre. Esta tecnología facilita considerablemente la grabación de escenas dinámicas y reduce la probabilidad de errores de enfoque durante la producción (Brown, 2021).

La inteligencia artificial también participa en los sistemas de exposición automática avanzada, analizando continuamente las condiciones lumínicas de la escena y ajustando parámetros como la exposición, la sensibilidad ISO o el rango dinámico para optimizar la calidad de la imagen en tiempo real. Estas funciones resultan especialmente útiles en situaciones donde las condiciones de iluminación cambian rápidamente durante la grabación (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

Otra aplicación relevante corresponde al reconocimiento automático de escenas, mediante el cual los sistemas inteligentes identifican determinadas

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

Figura 200. La IA aplicada a la producción.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

características del entorno —como paisajes, retratos, interiores o escenas nocturnas— y adaptan automáticamente diferentes parámetros de captura para obtener una representación visual técnicamente adecuada. Este tipo de automatización contribuye a agilizar el trabajo durante la producción, especialmente en proyectos de ritmo elevado o con recursos técnicos limitados (Brown, 2021).

La incorporación de estas tecnologías incrementa la eficiencia operativa durante el rodaje, reduce el tiempo dedicado a determinados ajustes técnicos y facilita el trabajo de los equipos de producción. Las decisiones relacionadas con la composición, el movimiento de cámara, la iluminación, la planificación de los planos y la construcción narrativa continúan dependiendo del criterio del director, del director de fotografía y del operador de cámara (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024; Russell & Norvig, 2024).

La inteligencia artificial amplía las capacidades técnicas de los equipos de producción audiovisual, pero no sustituye el conocimiento profesional ni la creatividad humana. La tecnología optimiza numerosos procesos de captación de imagen, mientras que la construcción del lenguaje audiovisual continúa siendo responsabilidad del equipo creativo (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

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

12.6. IA aplicada a la edición de vídeo

La edición de vídeo constituye uno de los ámbitos de la producción audiovisual que ha experimentado una transformación más significativa con la incorporación de la inteligencia artificial. Los sistemas actuales permiten automatizar numerosas tareas técnicas relacionadas con la organización, clasificación y tratamiento del material audiovisual, optimizando el flujo de trabajo sin sustituir el papel creativo del editor (Hinojosa Becerra *et al*., 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre las aplicaciones más extendidas se encuentra la detección automática de escenas, que identifica los cambios de plano dentro de un vídeo facilitando su segmentación para la edición posterior. La inteligencia artificial puede colaborar en la selección preliminar de tomas, identificando secuencias técnicamente correctas o agrupando automáticamente los materiales según criterios como personajes, localizaciones, tipos de plano o acciones representadas (Adobe, 2025).

Otra función especialmente útil consiste en la organización inteligente de materiales, mediante el reconocimiento automático de rostros, objetos, lugares y palabras clave. Estos sistemas facilitan la localización de los recursos audiovisuales y reducen considerablemente el tiempo dedicado a la gestión documental de proyectos con un elevado volumen de archivos (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La inteligencia artificial también ha mejorado significativamente los procesos de generación automática de subtítulos, transcripción de diálogos, traducción multilingüe y adaptación de contenidos para diferentes plataformas digitales. Estas aplicaciones incrementan la accesibilidad de los productos audiovisuales y facilitan su distribución internacional en múltiples idiomas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La principal ventaja de estas tecnologías reside en el ahorro de tiempo durante la realización de tareas repetitivas, permitiendo que el editor concentre su trabajo en los aspectos creativos del montaje. La inteligencia artificial continúa siendo incapaz de decidir el ritmo narrativo, la duración emocional de un plano o la organización expresiva de una secuencia. La construcción del significado audiovisual sigue dependiendo del criterio profesional del editor y de su capacidad para estructurar la historia mediante imágenes y sonidos (Murch, 2004; Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta de apoyo a la edición y no como un sustituto del montador. La tecnología optimiza numerosos procesos técnicos, mientras que la narrativa audiovisual, la emoción y la interpretación continúan siendo competencias propias del profesional de la edición (Dancyger, 2013; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Figura 201. La IA aplicada a la postproducción.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

12.7. IA aplicada al sonido

La inteligencia artificial está transformando profundamente los procesos de producción y postproducción sonora mediante herramientas capaces de automatizar numerosas tareas relacionadas con la restauración, edición, análisis y generación de audio. Estas aplicaciones permiten optimizar el flujo de trabajo y reducir considerablemente el tiempo dedicado a operaciones técnicas repetitivas, facilitando que el profesional pueda concentrarse en las decisiones narrativas y creativas del proyecto (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre las aplicaciones más extendidas destaca la eliminación automática de ruido, capaz de identificar y reducir interferencias producidas por ventiladores, tráfico, sistemas de climatización u otras fuentes de sonido no deseadas. La inteligencia artificial ha mejorado significativamente los procesos de restauración sonora, recuperando grabaciones deterioradas y mejorando la inteligibilidad de la voz mediante algoritmos de aprendizaje automático (Adobe, 2025; Holman, 2010).

Otra aplicación de gran relevancia corresponde a la síntesis de voz, que permite generar locuciones artificiales con un elevado grado de naturalidad, así como a la generación musical asistida por IA, utilizada para producir composiciones originales, propuestas musicales preliminares o recursos sonoros

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

Figura 202. La IA aplicada al sonido.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

adaptados a diferentes proyectos audiovisuales. Del mismo modo, los sistemas actuales ofrecen elevados niveles de precisión en la transcripción automática de entrevistas, documentales, podcasts y otros contenidos sonoros, facilitando la elaboración de subtítulos y la organización documental del material grabado (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Estas aplicaciones resultan especialmente útiles en ámbitos como el podcasting, el documental, la comunicación corporativa, la producción educativa y la creación de contenidos destinados a plataformas digitales, donde la rapidez de producción y la gestión de grandes volúmenes de audio constituyen factores especialmente relevantes (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La inteligencia artificial continúa presentando importantes limitaciones. Aunque puede restaurar grabaciones, generar voces o automatizar procesos técnicos, carece de la capacidad para construir la narrativa sonora, decidir la función dramática del silencio, seleccionar la música adecuada o diseñar la atmósfera acústica de una producción. Estas decisiones siguen dependiendo del criterio creativo del diseñador sonoro y del equipo de realización (Chion, 1993; Sonnenschein, 2001).

La inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta de apoyo a la producción sonora y no como un sustituto del profesional del sonido. La tecnología amplía las posibilidades de edición y restauración, mientras que la construcción del significado acústico continúa siendo una responsabi-

lidad esencialmente humana (Holman, 2010; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.8. IA aplicada a la imagen

La generación de imágenes mediante inteligencia artificial constituye una de las aplicaciones más representativas de la IA generativa dentro de la comunicación audiovisual contemporánea. A partir de descripciones textuales (*prompts*) u otras referencias visuales, estos sistemas son capaces de producir imágenes originales que facilitan numerosos procesos de planificación, diseño y comunicación durante las diferentes fases de una producción audiovisual (Hinojosa Becerra *et al*., 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre sus aplicaciones más habituales destaca la creación de concept art, utilizado para visualizar la apariencia general de personajes, escenarios o ambientes antes del inicio del rodaje. Del mismo modo, la inteligencia artificial permite generar storyboards, referencias visuales para la dirección artística, propuestas de vestuario, localizaciones virtuales y otros materiales que facilitan la planificación del proyecto y mejoran la comunicación entre los diferentes departamentos de producción (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otra aplicación especialmente relevante corresponde a la generación de escenarios virtuales y material promocional, permitiendo producir ilustraciones, carteles, imágenes para redes sociales, campañas institucionales y otros recursos gráficos destinados a la comunicación audiovisual. Estas herramientas aceleran considerablemente la fase de preproducción y favorecen la experimentación visual antes de iniciar la producción definitiva (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La utilización de la inteligencia artificial para la creación de imágenes plantea importantes desafíos relacionados con los derechos de autor, la propiedad intelectual, los sesgos presentes en los datos de entrenamiento y la posible manipulación de contenidos visuales. Estas cuestiones exigen desarrollar criterios éticos y jurídicos que garanticen un uso responsable de la tecnología y una adecuada transparencia respecto al origen de las imágenes generadas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La inteligencia artificial representa una herramienta de gran utilidad para la creación y planificación visual de proyectos audiovisuales, pero su utilización debe integrarse dentro de procesos creativos dirigidos por profesionales. La capacidad para definir los objetivos comunicativos, seleccionar las mejores propuestas visuales y construir una identidad estética coherente continúa dependiendo del criterio humano y del trabajo conjunto de realizadores, directores de arte y diseñadores visuales (Mitchell, 2005; Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

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

Figura 203. La IA aplicada a la imagen.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

12.9. IA aplicada al vídeo

La inteligencia artificial aplicada al vídeo representa una de las áreas de mayor crecimiento dentro de la producción audiovisual contemporánea. Los modelos generativos más recientes permiten crear secuencias audiovisuales a partir de instrucciones textuales, modificar vídeos existentes y automatizar numerosos procesos de animación y postproducción, ampliando considerablemente las posibilidades creativas de realizadores, diseñadores y productores audiovisuales (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre las aplicaciones más destacadas se encuentra la generación automática de vídeo, mediante la cual los sistemas de inteligencia artificial producen secuencias audiovisuales originales a partir de descripciones escritas (*text-to-video*). Esta tecnología facilita la creación de propuestas visuales durante la preproducción, la elaboración de contenidos educativos, la producción publicitaria y la generación de materiales audiovisuales para redes sociales y plataformas digitales (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otra aplicación relevante corresponde a la animación automática, que permite generar movimientos de personajes, objetos o cámaras mediante algoritmos de aprendizaje profundo. Las herramientas actuales incorporan funciones de conversión de texto en vídeo, capaces de interpretar instrucciones

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

Figura 204. La IA aplicada al video.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

complejas para producir secuencias audiovisuales coherentes con las descripciones proporcionadas por el usuario (Goodfellow *et al.*, 2016).

Los sistemas de inteligencia artificial también incorporan funciones de expansión de escenas (*outpainting* o *video extension*), que permiten ampliar el contenido visual más allá de los límites originales del encuadre, generar fotogramas adicionales o prolongar secuencias existentes. Estas capacidades ofrecen nuevas posibilidades para la creación de efectos visuales y la adaptación de contenidos a diferentes formatos de distribución (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

Estas tecnologías continúan presentando importantes limitaciones. Entre ellas destacan las dificultades para mantener una consistencia narrativa entre escenas largas, la precisión temporal de los movimientos, la continuidad de personajes y objetos, así como el tratamiento de interacciones visuales complejas. Aunque los avances recientes han sido muy significativos, la supervisión humana sigue siendo imprescindible para garantizar la calidad narrativa y técnica de las producciones audiovisuales generadas mediante inteligencia artificial (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La inteligencia artificial aplicada al vídeo debe entenderse como una herramienta complementaria que amplía las posibilidades de creación audiovisual, pero que continúa requiriendo la intervención de profesionales capaces de definir la narrativa, controlar la continuidad visual y garantizar la coherencia expresiva del proyecto (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

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

12.10. Deepfakes

Los deepfakes constituyen una de las aplicaciones más avanzadas y controvertidas de la inteligencia artificial generativa. Se basan en modelos de aprendizaje profundo (*Deep Learning*) capaces de sintetizar o modificar de forma altamente realista la imagen, la voz o los movimientos de una persona, generando contenidos audiovisuales que pueden resultar muy difíciles de distinguir de una grabación auténtica (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Goodfellow *et al*., 2016).

Desde el punto de vista técnico, los deepfakes utilizan modelos entrenados con grandes cantidades de imágenes, vídeos o grabaciones sonoras para reproducir las características faciales, gestuales y vocales de una persona. Esta tecnología permite generar secuencias audiovisuales de gran realismo y ha ampliado considerablemente las posibilidades de la producción audiovisual contemporánea (Russell & Norvig, 2024).

Los deepfakes poseen numerosas aplicaciones legítimas dentro del ámbito audiovisual. Entre ellas destacan la recreación digital de personajes históricos, el rejuvenecimiento o envejecimiento de actores, la restauración de material audiovisual, el doblaje multilingüe mediante sincronización automática de labios, la producción cinematográfica y determinadas aplicaciones educativas y museográficas. Utilizadas de forma transparente y con las autorizaciones correspondientes, estas tecnologías ofrecen importantes posibilidades para la creación audiovisual (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

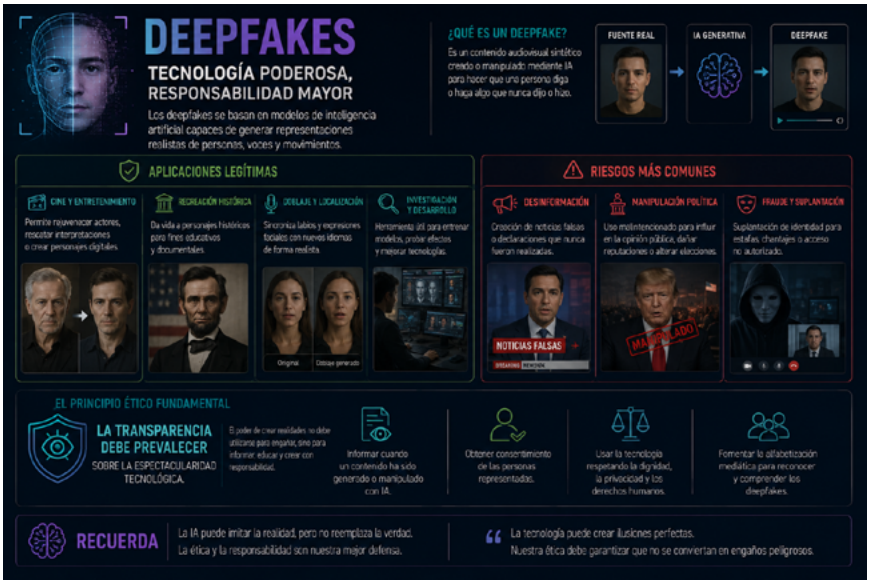
Los deepfakes plantean importantes riesgos éticos y sociales. Entre los más relevantes destacan la desinformación, la creación de contenidos manipulados con apariencia de autenticidad, la manipulación política, la suplantación de identidad, el fraude y otras formas de utilización maliciosa que pueden afectar gravemente a la confianza pública y a la credibilidad de la información audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Uno de los principios fundamentales para la utilización responsable de los deepfakes consiste en la transparencia. El espectador debe poder conocer cuándo una imagen, una voz o un vídeo han sido generados o modificados mediante inteligencia artificial. La innovación tecnológica no puede desarrollarse al margen de los principios éticos, del respeto a los derechos de las personas ni de la responsabilidad profesional propia de la comunicación audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Russell & Norvig, 2024).

Los deepfakes representan una tecnología con un enorme potencial creativo, pero también con importantes implicaciones éticas, jurídicas y sociales. Su utilización exige combinar el desarrollo tecnológico con mecanismos de transparencia, responsabilidad profesional y respeto a los derechos fundamentales de las personas representadas (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

Figura 205. Deepfakes.



Fuente: elaboración propia apoyada en inteligencia artificial.

12.11. IA y periodismo audiovisual

La inteligencia artificial está transformando progresivamente el trabajo de los profesionales del periodismo audiovisual, incorporando herramientas capaces de automatizar tareas relacionadas con la búsqueda de información, la organización documental, la transcripción, el análisis de datos y la producción de contenidos informativos. Estas aplicaciones permiten agilizar numerosos procesos de la actividad periodística y optimizar el tratamiento de grandes volúmenes de información (Torres-Toukoumidis, Marín-Gutiérrez, & Hinojosa-Becerra, 2022).

Una de las aplicaciones más extendidas consiste en la transcripción automática de entrevistas, ruedas de prensa y reportajes audiovisuales, reduciendo considerablemente el tiempo dedicado a la elaboración de textos y subtítulos. Del mismo modo, los sistemas de inteligencia artificial permiten analizar grandes bases de datos, identificar patrones informativos y detectar tendencias que pueden resultar de interés para la investigación periodística (Russell & Norvig, 2024).

La inteligencia artificial también facilita la organización documental de archivos audiovisuales mediante el reconocimiento automático de personas, lugares, objetos y acontecimientos, mejorando la recuperación de materiales y agilizando la producción de reportajes informativos. Estas herramientas re-

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

sultan especialmente útiles en redacciones digitales que gestionan diariamente un elevado volumen de contenidos audiovisuales (Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

La incorporación de estas tecnologías plantea importantes desafíos para el ejercicio del periodismo. Entre los principales riesgos destacan la difusión de información falsa, la generación de contenidos sintéticos difíciles de identificar, la dependencia excesiva de sistemas automatizados y la posible disminución de los procesos de verificación humana. Estos factores pueden afectar a la credibilidad de la información y reforzar la circulación de contenidos desinformativos si no se mantienen adecuados mecanismos de supervisión editorial (Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

La inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta de apoyo al trabajo periodístico y no como un sustituto del profesional de la información. La comprobación de las fuentes, la verificación de los hechos, la valoración ética de los contenidos y la responsabilidad editorial continúan siendo funciones esenciales que requieren la intervención de periodistas cualificados (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

La utilización responsable de la inteligencia artificial puede mejorar la eficiencia de la producción informativa, pero la calidad del periodismo audiovisual continúa dependiendo del rigor metodológico, de la verificación de los datos y del compromiso ético de los profesionales encargados de elaborar y difundir la información (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

12.12. IA y comunicación institucional

La inteligencia artificial se ha incorporado progresivamente a la comunicación institucional, ofreciendo nuevas herramientas para optimizar la producción de contenidos, mejorar la interacción con los diferentes públicos y apoyar la gestión estratégica de la comunicación organizacional. Estas aplicaciones permiten automatizar numerosas tareas operativas y facilitar la adaptación de los mensajes a diferentes plataformas y audiencias (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Uno de los ámbitos donde la IA ofrece mayores posibilidades corresponde a la producción de contenidos institucionales. Los sistemas generativos permiten elaborar borradores de textos, propuestas audiovisuales, imágenes, materiales gráficos y contenidos destinados a páginas web, redes sociales o campañas de comunicación, reduciendo considerablemente los tiempos de producción y facilitando la planificación editorial (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La inteligencia artificial también desempeña un papel importante en la gestión de redes sociales, mediante herramientas capaces de programar publicaciones, analizar la interacción de los usuarios, identificar tendencias, evaluar el impacto de las campañas y generar recomendaciones para optimizar

la estrategia de comunicación digital. Estas funciones permiten desarrollar procesos de comunicación más ágiles y adaptados al comportamiento de las diferentes audiencias (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otra aplicación relevante corresponde a la automatización de respuestas mediante asistentes virtuales y sistemas conversacionales capaces de atender consultas frecuentes, ofrecer información institucional y facilitar la comunicación con los distintos grupos de interés. La inteligencia artificial favorece la personalización de los mensajes, adaptando determinados contenidos a las características y necesidades de diferentes segmentos de público sin perder la coherencia general de la estrategia comunicativa (Russell & Norvig, 2024).

La incorporación de estas tecnologías plantea importantes desafíos relacionados con la autenticidad, la coherencia institucional, la protección de la identidad corporativa y la transparencia en la comunicación. La utilización indiscriminada de contenidos generados automáticamente puede afectar a la credibilidad de la organización si no existe una adecuada supervisión profesional y una estrategia claramente definida (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta de apoyo a la comunicación institucional y no como un sustituto de la estrategia organizacional. La definición de los objetivos comunicativos, la construcción de la identidad institucional y la relación ética con los diferentes públicos continúan siendo responsabilidades del equipo de comunicación y de los responsables de la organización (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

12.13. IA y creatividad

Uno de los debates más relevantes en torno a la inteligencia artificial se refiere a su relación con la creatividad. La cuestión de si una máquina puede considerarse creativa no posee una respuesta única, ya que depende de la definición de creatividad adoptada y de los criterios utilizados para evaluarla. Mientras algunos enfoques identifican la creatividad con la capacidad para producir resultados novedosos y útiles, otros subrayan la importancia de la intención, la experiencia y el contexto humano en todo proceso creativo (Boden, 2014; Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La inteligencia artificial generativa puede combinar patrones, generar múltiples variaciones, establecer relaciones entre grandes cantidades de información y proponer alternativas originales a partir de los datos utilizados durante su entrenamiento. Estas capacidades permiten producir textos, imágenes, música, vídeos y otros contenidos que, desde una perspectiva funcional, presentan un elevado grado de novedad y utilidad para numerosos procesos de producción audiovisual (Russell & Norvig, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

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

Los sistemas actuales carecen de experiencia vital, intencionalidad propia, conciencia, emociones y una comprensión profunda del contexto social y cultural en el que se desarrolla la comunicación humana. Sus resultados dependen del procesamiento estadístico de la información y de las instrucciones proporcionadas por los usuarios, sin que exista una motivación autónoma o una capacidad de atribuir significado a las decisiones creativas adoptadas (Boden, 2014; Goodfellow *et al*., 2016).

En el ámbito de la comunicación audiovisual, la inteligencia artificial puede convertirse en un poderoso instrumento para estimular la creatividad mediante la generación de ideas, propuestas visuales, alternativas narrativas o recursos expresivos. Sin embargo, la selección de estas propuestas, su integración dentro de una obra coherente y la definición de los objetivos comunicativos continúan dependiendo del criterio creativo de los profesionales implicados en la producción audiovisual (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La creatividad continúa siendo una capacidad predominantemente humana, entendida no solo como la producción de resultados novedosos, sino también como la capacidad para atribuir significado, interpretar contextos, expresar experiencias y tomar decisiones comunicativas intencionales. La inteligencia artificial amplía las posibilidades del proceso creativo, pero no sustituye la dimensión cultural, emocional y narrativa propia de la creación humana (Boden, 2014; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.14. Aspectos éticos fundamentales

La incorporación de la inteligencia artificial a la comunicación audiovisual exige desarrollar una reflexión ética permanente sobre su utilización. La rapidez con la que evolucionan estas tecnologías obliga a que los profesionales no solo dominen sus aplicaciones técnicas, sino que también comprendan las implicaciones sociales, jurídicas y comunicativas derivadas de su empleo. La innovación tecnológica debe ir siempre acompañada de principios de responsabilidad y de un compromiso ético con la sociedad (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025).

Uno de los principios fundamentales es la transparencia, que implica informar de forma clara cuando un contenido ha sido generado o modificado mediante inteligencia artificial. La identificación del uso de estas tecnologías favorece la confianza de los públicos, facilita la interpretación crítica de la información y contribuye a prevenir procesos de manipulación o desinformación (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025).

Otro aspecto esencial corresponde a la responsabilidad humana. Aunque la inteligencia artificial automatice numerosos procesos de producción, edición o análisis, las decisiones finales deben permanecer bajo la supervisión de profesionales capaces de evaluar críticamente los resultados obtenidos y asumir

la responsabilidad sobre los contenidos publicados. La automatización no elimina la responsabilidad ética de quienes utilizan estas herramientas (Russell & Norvig, 2024).

La protección de la privacidad constituye igualmente un principio básico. El entrenamiento y funcionamiento de numerosos sistemas de inteligencia artificial requieren el tratamiento de grandes cantidades de datos, por lo que resulta imprescindible garantizar el respeto a la legislación vigente, proteger la información personal y evitar usos indebidos que puedan afectar a los derechos fundamentales de las personas (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2022).

La utilización de inteligencia artificial también plantea importantes cuestiones relacionadas con los derechos de autor y la propiedad intelectual. La generación automática de textos, imágenes, vídeos o sonidos exige respetar la autoría de las obras utilizadas durante el entrenamiento de los modelos y garantizar un uso responsable de los contenidos generados, especialmente en el ámbito de la producción audiovisual y de la comunicación profesional (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2022).

Uno de los mayores desafíos actuales corresponde a la no discriminación y al control de los sesgos algorítmicos. Los sistemas de inteligencia artificial pueden reproducir o amplificar desigualdades presentes en los datos con los que han sido entrenados, afectando a la representación de personas, grupos sociales o contextos culturales. Por ello, resulta imprescindible revisar críticamente los resultados obtenidos y promover un desarrollo tecnológico basado en principios de equidad, diversidad e inclusión (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024; Torres-Toukoumidis *et al.*, 2022).

La utilización ética de la inteligencia artificial constituye una responsabilidad compartida entre desarrolladores, profesionales de la comunicación, instituciones y usuarios. La innovación tecnológica solo puede contribuir positivamente a la sociedad cuando se desarrolla respetando los derechos fundamentales, la transparencia y la responsabilidad profesional que caracterizan a la comunicación audiovisual de calidad (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025).

12.15. Regulación de la Inteligencia Artificial

El rápido desarrollo de la inteligencia artificial ha impulsado la elaboración de marcos regulatorios destinados a garantizar que estas tecnologías se utilicen de forma segura, transparente y respetuosa con los derechos fundamentales. La creciente presencia de la IA en ámbitos como la comunicación, la educación, la producción audiovisual o la administración pública ha puesto de manifiesto la necesidad de establecer normas que orienten su desarrollo y reduzcan los riesgos asociados a su utilización (Torres-Toukoumidis *et al.*, 2025).

Uno de los avances más relevantes corresponde al Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (AI Act), aprobado por la Unión Europea, que establece

un marco jurídico basado en el nivel de riesgo de las diferentes aplicaciones de IA. Este reglamento promueve principios como la transparencia, la supervisión humana, la protección de los derechos fundamentales y la responsabilidad de los desarrolladores y usuarios de sistemas de inteligencia artificial (*Álvarez Olalla, 2021)*.

En el ámbito internacional, la UNESCO ha desarrollado recomendaciones dirigidas a promover una inteligencia artificial basada en principios éticos, defendiendo valores como la dignidad humana, la equidad, la diversidad cultural, la inclusión y la protección de los derechos fundamentales. Estas orientaciones pretenden favorecer un desarrollo tecnológico compatible con los objetivos sociales y educativos de la comunidad internacional (UNESCO, 2022).

Las Naciones Unidas han impulsado diversas iniciativas orientadas a fomentar una gobernanza internacional de la inteligencia artificial, promoviendo la cooperación entre Estados y organizaciones para garantizar un desarrollo seguro, responsable y beneficioso para toda la sociedad. Estas propuestas insisten en la necesidad de equilibrar la innovación tecnológica con la protección de los derechos humanos y el interés público (Drnas de Clément, 2022).

En el ámbito de la comunicación audiovisual, estos marcos regulatorios adquieren una especial relevancia debido a cuestiones como la generación de contenidos sintéticos, los *deepfakes*, la protección de la propiedad intelectual, la utilización de datos personales y la transparencia respecto al uso de inteligencia artificial durante la producción de contenidos. La regulación pretende favorecer la innovación sin comprometer la confianza pública ni la calidad de la información (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025).

La regulación de la inteligencia artificial no persigue limitar el desarrollo tecnológico, sino establecer un marco de utilización responsable que garantice la protección de los ciudadanos, el respeto a los derechos fundamentales y el desarrollo sostenible de la innovación en el ámbito de la comunicación audiovisual y de la sociedad digital (*Álvarez Olalla, 2021*; UNESCO, 2022).

12.16. Nuevos perfiles profesionales

La incorporación de la inteligencia artificial a la producción audiovisual está favoreciendo la aparición de nuevos perfiles profesionales y la transformación de numerosas funciones tradicionales. Más que sustituir completamente las profesiones existentes, la IA está impulsando una evolución de las competencias requeridas, combinando conocimientos tecnológicos con capacidades creativas, comunicativas y estratégicas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

Uno de los perfiles emergentes es el Prompt Designer o especialista en diseño de instrucciones (*prompt engineering*), cuya función consiste en elaborar instrucciones precisas que permitan obtener resultados adecuados mediante

sistemas de inteligencia artificial generativa. La calidad de los contenidos producidos depende en gran medida de la capacidad para formular instrucciones claras, estructuradas y adaptadas a los objetivos comunicativos del proyecto (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otro perfil cada vez más frecuente corresponde al supervisor de inteligencia artificial, responsable de revisar, validar y controlar la calidad de los contenidos generados automáticamente. Entre sus funciones destacan la verificación técnica, la detección de errores, la supervisión ética y la comprobación de la coherencia narrativa de los materiales producidos mediante IA (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La evolución de la producción audiovisual también está favoreciendo la aparición del productor audiovisual híbrido, un profesional capaz de integrar procesos tradicionales de creación con herramientas de inteligencia artificial durante las diferentes fases de la producción, la postproducción y la distribución. Este perfil combina competencias audiovisuales clásicas con conocimientos sobre automatización, análisis de datos y herramientas generativas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Asimismo, comienza a consolidarse la figura del consultor de inteligencia artificial para la comunicación, encargado de diseñar estrategias de integración de la IA dentro de organizaciones, medios de comunicación y empresas audiovisuales. Su labor consiste en identificar oportunidades de automatización, seleccionar herramientas adecuadas y garantizar que su utilización responda a criterios de eficiencia, ética y coherencia con los objetivos institucionales (Russell & Norvig, 2024).

Junto a estos perfiles, adquiere una importancia creciente el especialista en gobernanza y ética de la inteligencia artificial, responsable de supervisar el cumplimiento de los principios de transparencia, protección de datos, propiedad intelectual, equidad y responsabilidad en la utilización de sistemas inteligentes dentro de las organizaciones. Este perfil refleja la creciente necesidad de integrar la innovación tecnológica con una adecuada gestión ética de la comunicación (UNESCO, 2022).

La inteligencia artificial no elimina la necesidad de profesionales de la comunicación audiovisual, sino que transforma sus competencias y amplía sus ámbitos de actuación. Los perfiles emergentes requieren combinar conocimientos tecnológicos, creatividad, pensamiento crítico y capacidad estratégica para integrar la IA como una herramienta al servicio de la producción y de la comunicación responsable (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

12.17. Competencias del comunicador del futuro

La incorporación de la inteligencia artificial está modificando profundamente las competencias requeridas por los profesionales de la comunicación

audiovisual. Aunque el dominio de las herramientas tecnológicas continuará siendo importante, el principal valor diferencial de los futuros comunicadores residirá en aquellas capacidades que permiten interpretar, contextualizar y dotar de significado a los contenidos generados mediante inteligencia artificial (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Entre las competencias más relevantes destaca el pensamiento crítico, entendido como la capacidad para analizar la información, evaluar la fiabilidad de las fuentes, identificar sesgos y valorar las implicaciones éticas y sociales derivadas del uso de la inteligencia artificial. En un entorno donde la automatización genera grandes cantidades de contenido, la capacidad para verificar, interpretar y seleccionar la información adquiere una importancia creciente (Russell & Norvig, 2024).

La creatividad continúa siendo otro de los pilares fundamentales del comunicador audiovisual. La inteligencia artificial puede generar múltiples propuestas visuales, textuales o sonoras, pero corresponde al profesional definir los objetivos comunicativos, seleccionar las mejores alternativas y construir relatos coherentes capaces de conectar con los diferentes públicos (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

La ética profesional constituye igualmente una competencia esencial. Los comunicadores deberán conocer las implicaciones relacionadas con la transparencia, la protección de datos, los derechos de autor, la utilización responsable de contenidos generados mediante IA y el respeto a los principios de veracidad y responsabilidad propios de la comunicación audiovisual (UNESCO, 2022).

A estas capacidades se suma la competencia narrativa, imprescindible para organizar la información, estructurar los relatos y construir experiencias audiovisuales significativas. La inteligencia artificial puede asistir en numerosos procesos de producción, pero la capacidad para comunicar eficazmente mediante imágenes, sonidos y textos continúa siendo una competencia específicamente humana (Bordwell *et al*., 2020).

El comunicador del futuro deberá desarrollar una elevada capacidad de adaptación tecnológica, incorporando de forma crítica las nuevas herramientas digitales sin depender completamente de ellas. El objetivo no consiste únicamente en aprender a utilizar sistemas de inteligencia artificial, sino en integrarlos estratégicamente dentro de los procesos de creación, producción y comunicación manteniendo siempre el control sobre las decisiones fundamentales del proyecto (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La competencia clave del profesional de la comunicación audiovisual consistirá en trabajar con la inteligencia artificial sin depender completamente de ella. El dominio de la tecnología deberá complementarse con pensamiento crítico, creatividad, sensibilidad ética y capacidad narrativa, configurando un perfil profesional capaz de integrar innovación tecnológica y comunicación responsable en un mismo proceso creativo (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

12.18. IA en la educación audiovisual

La inteligencia artificial está transformando progresivamente los procesos de enseñanza y aprendizaje dentro de la comunicación audiovisual. Las universidades incorporan de forma creciente herramientas basadas en IA para apoyar la docencia, facilitar el acceso a recursos educativos y desarrollar nuevas metodologías orientadas a mejorar la formación de los futuros profesionales del sector audiovisual (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025).

Entre las aplicaciones docentes más relevantes destacan los asistentes virtuales, capaces de responder consultas frecuentes, orientar el estudio y proporcionar apoyo personalizado durante el proceso de aprendizaje. Estas herramientas permiten complementar la labor del profesorado, facilitando un acompañamiento más continuo sin sustituir la interacción académica entre docentes y estudiantes (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025).

La inteligencia artificial también favorece el desarrollo de simulaciones educativas, permitiendo recrear procesos de producción audiovisual, planificación de rodajes, edición, postproducción o toma de decisiones profesionales dentro de entornos virtuales. Estas experiencias facilitan el aprendizaje práctico y favorecen la adquisición de competencias antes de enfrentarse a situaciones reales de producción (Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

Otra aplicación especialmente útil corresponde a la generación de materiales didácticos, incluyendo ejemplos, actividades, ejercicios, recursos visuales y propuestas de aprendizaje adaptadas a diferentes niveles formativos. La IA comienza a utilizarse como apoyo en los procesos de evaluación formativa, proporcionando retroalimentación inmediata sobre determinadas tareas y favoreciendo el seguimiento continuo del aprendizaje del alumnado (Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

La incorporación de estas herramientas también plantea importantes desafíos pedagógicos. Uno de los riesgos más frecuentes consiste en confundir el apoyo tecnológico con el aprendizaje real, delegando en la inteligencia artificial tareas que requieren comprensión, reflexión crítica o desarrollo creativo. La utilización indiscriminada de estos sistemas puede reducir la autonomía intelectual del estudiante si no se integra dentro de metodologías activas y de una adecuada supervisión docente (Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

La inteligencia artificial debe entenderse como un recurso complementario que amplía las posibilidades de la educación audiovisual, pero no sustituye el papel del profesorado ni el esfuerzo intelectual del estudiante. El aprendizaje significativo continúa fundamentándose en la participación activa, la experimentación, la reflexión crítica y la capacidad para aplicar los conocimientos en contextos reales de comunicación audiovisual (Torres-Toukoumidis *et al*., 2025; Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

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

12.19. Hacia una producción audiovisual híbrida

Las transformaciones impulsadas por la inteligencia artificial permiten anticipar que el escenario más probable para los próximos años no será la sustitución completa de los profesionales de la comunicación audiovisual, sino la consolidación de un modelo de producción híbrido, en el que las capacidades humanas y las herramientas de inteligencia artificial trabajarán de forma complementaria durante todas las fases del proceso creativo (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

En este modelo, la inteligencia artificial asumirá progresivamente numerosas tareas relacionadas con la automatización, el análisis de datos, la organización documental, la generación de contenidos preliminares, la edición asistida y otros procesos repetitivos que tradicionalmente requerían una elevada inversión de tiempo. Estas aplicaciones permitirán incrementar la eficiencia de la producción audiovisual y optimizar el trabajo de los diferentes equipos profesionales (Russell & Norvig, 2024).

Los profesionales continuarán desempeñando aquellas funciones vinculadas con la creatividad, la interpretación narrativa, la toma de decisiones estratégicas, la responsabilidad ética y la construcción del significado audiovisual. La capacidad para comprender los contextos culturales, establecer objetivos comunicativos y valorar las implicaciones sociales de los mensajes continúa siendo una competencia específicamente humana que no puede automatizarse plenamente (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La principal ventaja competitiva de este modelo híbrido reside en la combinación de las fortalezas de ambos sistemas. Mientras la inteligencia artificial aporta velocidad, capacidad de procesamiento y automatización de tareas complejas, los profesionales proporcionan creatividad, pensamiento crítico, sensibilidad estética y criterio ético. La integración equilibrada de estas capacidades permitirá desarrollar procesos de producción más eficientes sin renunciar a la calidad narrativa y comunicativa de las obras audiovisuales (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

El futuro de la comunicación audiovisual no dependerá exclusivamente del avance tecnológico, sino de la capacidad de los profesionales para integrar la inteligencia artificial dentro de procesos creativos, responsables y orientados a la construcción de significado. La innovación más relevante no consistirá en sustituir al ser humano, sino en desarrollar nuevas formas de colaboración entre la inteligencia humana y la inteligencia artificial al servicio de una comunicación audiovisual de mayor calidad (Russell & Norvig, 2024; Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

https://doi.org/10.52495/c12.emcs.51.c55

Caso práctico

Realiza la producción de un vídeo institucional universitario con inteligencia artificial con las siguientes herramientas: IA para investigación, IA para storyboard, IA para transcripción e IA para subtítulos. Los procesos humanos tienen que ser la dirección, las entrevistas, la narrativa, la edición final y las decisiones éticas. El resultado esperado es el incremento de productividad sin pérdida de control creativo.

Los errores más frecuentes son confiar ciegamente en la IA, no verificar la informació, ignorar los aspectos éticos, utilizar contenidos generados sin revisión y sustituir la creatividad por la automatización

Podemos concluir que la inteligencia artificial representa una de las transformaciones más profundas que ha experimentado la comunicación audiovisual. Sus aplicaciones permiten optimizar procesos, ampliar capacidades creativas y democratizar el acceso a herramientas profesionales.

Sin embargo, la tecnología no elimina la necesidad de pensamiento crítico, criterio ético y creatividad humana. El profesional audiovisual del futuro deberá aprender a colaborar con sistemas inteligentes manteniendo la responsabilidad sobre las decisiones comunicativas y narrativas. La verdadera innovación no consistirá en reemplazar a las personas por algoritmos, sino en desarrollar modelos de trabajo capaces de integrar las fortalezas de ambos.

Preguntas de reflexión

¿Qué diferencias existen entre automatización y creatividad?
¿Qué riesgos presentan los deepfakes para la comunicación pública?
¿Qué tareas audiovisuales pueden automatizarse y cuáles siguen dependiendo de las personas?
¿Por qué la transparencia resulta fundamental en el uso de IA?
¿Qué competencias deberían desarrollar los comunicadores del futuro?

Actividad práctica

Diseñe un proyecto audiovisual de cinco minutos integrando herramientas de inteligencia artificial en al menos tres fases del proceso productivo. El informe deberá incluir herramientas utilizadas, objetivos de uso, beneficios obtenidos, limitaciones detectadas, reflexión ética y propuesta de buenas prácticas. La extensión recomendada es de 3.500 palabras.

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.