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

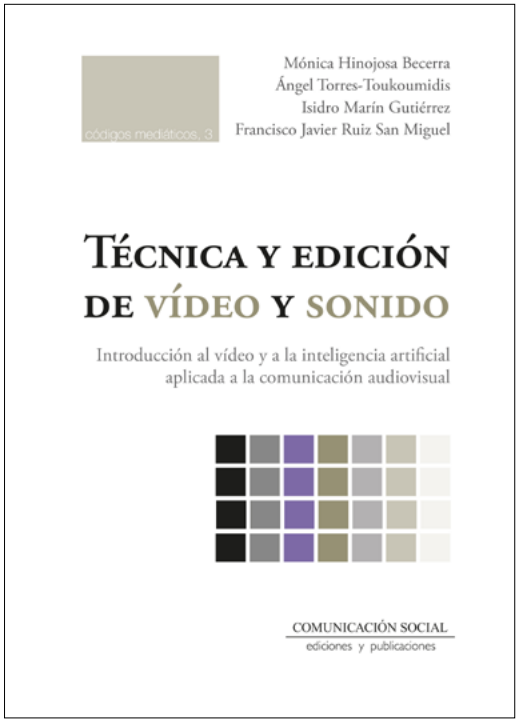
Capítulo 13

Título del Capítulo
«Portfolio profesional, empleabilidad y emprendimiento 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): «Portfolio profesional, empleabilidad y emprendimiento 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/c13.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

13.

Portfolio profesional, empleabilidad y emprendimiento audiovisual

La formación universitaria en comunicación audiovisual no concluye con la adquisición de conocimientos técnicos o teóricos. Uno de los principales desafíos para los estudiantes consiste en transformar las competencias desarrolladas durante la carrera en oportunidades reales de inserción laboral y crecimiento profesional. La industria audiovisual contemporánea se caracteriza por una elevada competitividad, una rápida transformación tecnológica y una creciente demanda de perfiles versátiles capaces de combinar creatividad, dominio técnico, pensamiento estratégico y adaptación al cambio. El portfolio profesional se ha convertido en una herramienta esencial para demostrar capacidades, experiencias y potencial de desarrollo.

A diferencia de otras profesiones donde el currículum vitae constituye el principal mecanismo de presentación profesional, en el ámbito audiovisual los empleadores suelen valorar especialmente las evidencias prácticas del trabajo realizado. Las producciones desarrolladas durante la etapa universitaria pueden convertirse en el primer escaparate profesional del estudiante y desempeñar un papel decisivo en sus oportunidades de empleabilidad. Paralelamente, el crecimiento de la economía digital ha ampliado significativamente las posibilidades de emprendimiento audiovisual. La creación de productoras independientes, agencias de contenidos, estudios de podcasting, canales digitales y proyectos de comunicación multimedia abre nuevas oportunidades para quienes desean construir trayectorias profesionales autónomas.

Este capítulo aborda las estrategias fundamentales para diseñar una identidad profesional sólida, construir un portfolio competitivo y desarrollar competencias orientadas a la empleabilidad y el emprendimiento audiovisual.

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este capítulo, el estudiante será capaz de comprender la importancia estratégica del portfolio profesional, diseñar una identidad profesional coherente, elaborar materiales orientados a la empleabilidad, utilizar plataformas digitales para la promoción profesional, identificar oportunidades laborales en el sector audiovisual y diseñar proyectos básicos de emprendimiento 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. Desarrollo profesional.
CG2. Aprendizaje autónomo.
CG3. Adaptación a contextos laborales cambiantes.
—*Competencias específicas*
CE1. Construir un portfolio audiovisual profesional.
CE2. Diseñar estrategias de empleabilidad.
CE3. Desarrollar iniciativas emprendedoras en comunicación audiovisual.

13.1. La empleabilidad en el sector audiovisual

La empleabilidad puede definirse como la capacidad de una persona para acceder al mercado laboral, mantener una trayectoria profesional sostenible y adaptarse a los cambios que experimenta el entorno de trabajo a lo largo de su carrera. En el ámbito audiovisual, esta capacidad depende tanto de los conocimientos técnicos como del desarrollo de competencias personales, creativas y organizativas que permitan responder a las necesidades de una industria caracterizada por una rápida evolución tecnológica y una elevada competitividad (Yorke, 2006; Bridgstock, 2009).

En la actualidad, la empleabilidad dentro del sector audiovisual está determinada por múltiples factores. Entre ellos destacan la formación académica, la experiencia práctica, el dominio de las competencias digitales, la capacidad para trabajar con tecnologías emergentes, la participación en proyectos reales, la construcción de una red profesional de contactos y la disposición para el aprendizaje permanente. Estos elementos configuran el perfil de un profesional capaz de desenvolverse en un mercado laboral cada vez más dinámico e interdisciplinar (Bridgstock, 2009).

La industria audiovisual concede una importancia creciente a la experiencia demostrable. Más allá de las titulaciones académicas, las empresas valoran especialmente la capacidad para desarrollar proyectos reales, resolver problemas técnicos y creativos, trabajar en equipo y adaptarse a diferentes contextos de producción. El portfolio profesional se ha convertido en una de las principales herramientas para evidenciar las competencias adquiridas durante la formación y la experiencia laboral (Harvey, 2001).

El desarrollo de la inteligencia artificial y de las tecnologías digitales también está modificando las competencias demandadas por el sector. Los profesionales deben combinar conocimientos audiovisuales tradicionales con habilidades relacionadas con la producción digital, la automatización de procesos, la gestión de herramientas de IA y la adaptación continua a nuevas formas de creación y distribución de contenidos (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

https://doi.org/10.52495/c13.emcs.51.c55

La empleabilidad en el sector audiovisual debe entenderse como un proceso continuo de aprendizaje, actualización y desarrollo profesional. La combinación equilibrada entre formación, experiencia práctica, competencias tecnológicas y capacidad creativa constituye actualmente uno de los principales factores que favorecen una inserción laboral sólida y sostenible dentro de la industria audiovisual (Yorke, 2006; Bridgstock, 2009).

13.2. Transformaciones del mercado laboral audiovisual

Durante las dos últimas décadas, el mercado laboral audiovisual ha experimentado profundas transformaciones derivadas de la digitalización, la convergencia mediática y la rápida evolución de las tecnologías de producción y distribución de contenidos. Estos cambios han modificado tanto la organización de la industria como las competencias requeridas a los profesionales, configurando un entorno laboral mucho más dinámico, competitivo y orientado a la innovación permanente (Jenkins, 2008; Bridgstock, 2009).

Uno de los principales factores de transformación ha sido la consolidación de la producción digital, que ha reducido significativamente las barreras de acceso a la creación audiovisual. La disponibilidad de equipos más asequibles, programas de edición de altas prestaciones y herramientas basadas en inteligencia artificial ha facilitado que un mayor número de profesionales y pequeñas productoras puedan desarrollar proyectos audiovisuales con elevados niveles de calidad técnica (Brown, 2021).

La expansión de las plataformas de *streaming* ha incrementado considerablemente la demanda de contenidos audiovisuales originales, impulsando la producción de series, documentales, programas de entretenimiento y materiales educativos destinados a audiencias globales. Paralelamente, el crecimiento de las redes sociales ha favorecido la aparición de nuevos formatos narrativos y de perfiles profesionales especializados en la creación de contenidos para entornos digitales, ampliando las oportunidades laborales dentro del sector (Jenkins, 2008).

A estos cambios se suma la incorporación de la inteligencia artificial, que está redefiniendo numerosos procesos relacionados con la producción, la edición, la postproducción y la distribución audiovisual. La automatización de determinadas tareas ha modificado el perfil competencial de los profesionales, incrementando la importancia del pensamiento crítico, la creatividad, la capacidad narrativa y el dominio de herramientas digitales avanzadas (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Otro rasgo característico del mercado actual es el desarrollo de la producción multiplataforma, donde un mismo proyecto genera contenidos adaptados a televisión, plataformas de *streaming*, redes sociales, podcasts, páginas web y otros canales de comunicación. Esta realidad exige perfiles profesiona-

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

les cada vez más versátiles, capaces de desenvolverse en diferentes formatos y de integrar competencias audiovisuales, tecnológicas y comunicativas dentro de un mismo proceso de producción (Jenkins, 2008).

La principal característica del mercado laboral audiovisual contemporáneo es su capacidad de transformación permanente. La rápida evolución tecnológica obliga a los profesionales a mantener un proceso continuo de actualización de conocimientos y competencias, convirtiendo el aprendizaje permanente en uno de los principales factores de empleabilidad y desarrollo profesional dentro de la industria audiovisual (Yorke, 2006; Bridgstock, 2009).

13.3. ¿Qué es un portfolio profesional?

El portfolio profesional constituye una recopilación estratégica de trabajos seleccionados con el propósito de demostrar las competencias, la experiencia y el potencial creativo de un profesional. A diferencia de un simple archivo donde se almacenan proyectos realizados, el portfolio organiza y presenta las mejores evidencias del trabajo desarrollado, construyendo un discurso coherente sobre la identidad profesional de su autor (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

En el ámbito audiovisual, el portfolio representa una de las principales herramientas de acceso al mercado laboral. Productoras, agencias de comunicación, medios audiovisuales y empresas creativas valoran especialmente la capacidad demostrada para desarrollar proyectos reales, resolver problemas técnicos y narrativos y aplicar conocimientos en contextos profesionales. El portfolio permite visualizar de forma directa aquello que el profesional es capaz de realizar, complementando la información proporcionada por el currículum vitae (Yorke, 2006).

El objetivo fundamental del portfolio consiste en comunicar competencias, experiencia, especialización y potencial creativo. Cada proyecto incluido debe responder a una estrategia de presentación cuidadosamente planificada, donde la selección de los trabajos, su organización y la explicación de los procesos desarrollados contribuyan a construir una imagen profesional sólida y coherente (Bridgstock, 2009).

Entre sus principales funciones destaca la posibilidad de evidenciar habilidades reales, mostrando proyectos finalizados que permiten valorar el nivel técnico y creativo del profesional. El portfolio favorece la diferenciación frente a otros candidatos, facilita la construcción de una identidad profesional reconocible y contribuye a generar credibilidad y confianza entre potenciales empleadores, clientes o colaboradores (Harvey, 2001).

En el contexto actual, caracterizado por la digitalización de la industria audiovisual, los portfolios suelen presentarse en formato digital mediante páginas web personales, plataformas especializadas o repositorios audiovisuales que facilitan su consulta desde cualquier lugar. Esta evolución ha convertido

https://doi.org/10.52495/c13.emcs.51.c55

el portfolio en un instrumento permanente de comunicación profesional y en uno de los principales elementos de la marca personal del comunicador audiovisual (Bridgstock, 2009).

El portfolio no debe entenderse únicamente como una recopilación de trabajos, sino como una herramienta estratégica de comunicación que permite demostrar competencias, proyectar una identidad profesional coherente y favorecer la inserción laboral dentro del sector audiovisual (Yorke, 2006; Harvey, 2001).

13.4. Tipos de portfolio audiovisual

El portfolio audiovisual puede adoptar diferentes formatos y estructuras en función de la trayectoria profesional, la especialización y los objetivos laborales de cada persona. La selección de los trabajos y la forma de presentarlos deben responder siempre al perfil profesional que se desea proyectar y al tipo de organizaciones o clientes a los que se dirige el portfolio (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

El portfolio generalista reúne proyectos pertenecientes a diferentes ámbitos de la producción audiovisual, como realización, edición, fotografía, sonido, diseño gráfico o comunicación digital. Este tipo de portfolio resulta especialmente adecuado para estudiantes y profesionales que se encuentran en las primeras etapas de su trayectoria, ya que permite mostrar una formación amplia y una elevada capacidad de adaptación a diferentes perfiles laborales (Yorke, 2006).

El portfolio especializado concentra sus contenidos en un área profesional concreta, como la dirección, la dirección de fotografía, la edición, el diseño sonoro, el motion graphics, la animación o la postproducción. Esta modalidad facilita proyectar una imagen profesional claramente definida y suele utilizarse cuando el objetivo consiste en acceder a puestos altamente especializados dentro de la industria audiovisual (Bridgstock, 2009).

El portfolio académico recopila los principales proyectos desarrollados durante la formación universitaria o en programas de especialización. Aunque muchos de estos trabajos se realizan en un contexto docente, constituyen una excelente oportunidad para demostrar competencias técnicas, metodológicas y creativas, especialmente cuando todavía no se dispone de una experiencia profesional consolidada (Harvey, 2001).

El portfolio profesional integra trabajos realizados para clientes, empresas, instituciones, medios de comunicación o productoras audiovisuales. En este caso, el énfasis se sitúa en la resolución de problemas reales, la gestión de proyectos y la obtención de resultados dentro de contextos profesionales, lo que aporta una elevada credibilidad ante futuros empleadores o colaboradores (Yorke, 2006).

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

En la práctica, muchos profesionales desarrollan portfolios híbridos, donde combinan proyectos académicos, iniciativas personales y trabajos profesionales, organizándolos estratégicamente para destacar aquellas competencias más relevantes según el puesto al que aspiran. La flexibilidad para adaptar el portfolio a diferentes oportunidades laborales constituye actualmente una de las principales estrategias de inserción profesional dentro del sector audiovisual (Bridgstock, 2009).

13.5. Estructura recomendada del portfolio

Un portfolio profesional debe organizarse de forma clara, coherente y estratégica, permitiendo que cualquier persona interesada pueda comprender rápidamente el perfil del profesional, sus competencias y la calidad de los trabajos realizados. La estructura del portfolio no responde únicamente a criterios estéticos, sino que constituye una herramienta de comunicación destinada a transmitir confianza, especialización y capacidad profesional (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

El primer apartado corresponde a la presentación personal, donde el profesional responde de forma sintética a tres cuestiones fundamentales: quién es, a qué se dedica y cuál es su principal propuesta de valor. Esta presentación debe comunicar claramente la especialización, los intereses profesionales y aquellos aspectos que diferencian al autor del resto de candidatos (Yorke, 2006).

A continuación deben incorporarse los proyectos destacados, seleccionando únicamente aquellos trabajos que mejor representen las competencias técnicas, creativas y narrativas del profesional. Cada proyecto debería incluir una breve explicación sobre los objetivos desarrollados, el papel desempeñado dentro del equipo, las herramientas utilizadas y los principales resultados obtenidos. La calidad de esta selección resulta mucho más importante que el número total de trabajos incluidos (Bridgstock, 2009).

El portfolio debe incorporar igualmente un apartado dedicado a las competencias técnicas, especificando los programas, plataformas, tecnologías y herramientas audiovisuales que el profesional domina. Esta información permite valorar rápidamente el grado de preparación técnica del candidato y su adecuación a diferentes perfiles laborales dentro del sector audiovisual (Harvey, 2001).

Otro apartado imprescindible corresponde a la formación, donde se resume la trayectoria académica, los cursos de especialización, las certificaciones y otras actividades formativas relevantes para el desarrollo profesional. Del mismo modo, resulta recomendable incluir la experiencia práctica, detallando prácticas curriculares, colaboraciones, proyectos independientes, trabajos para clientes o cualquier otra actividad que permita demostrar experiencia aplicada en contextos reales de producción audiovisual (Yorke, 2006).

El portfolio debe ofrecer un apartado de contacto con información profesional permanentemente actualizada, incluyendo dirección de correo electrónico, página web, redes profesionales y otros canales que faciliten la comunicación con empresas, instituciones o posibles colaboradores. Esta información debe resultar fácilmente localizable y transmitir una imagen profesional coherente con el resto del portfolio (Bridgstock, 2009).

El principio fundamental que debe orientar la elaboración de cualquier portfolio consiste en priorizar siempre la calidad sobre la cantidad. Un número reducido de proyectos cuidadosamente seleccionados y correctamente documentados suele comunicar mucho mejor las competencias profesionales que una recopilación extensa de trabajos de calidad desigual. El portfolio debe mostrar aquello que mejor representa el perfil profesional del autor y responder estratégicamente a los objetivos laborales que persigue (Harvey, 2001; Yorke, 2006).

13.6. El reel audiovisual

El reel audiovisual constituye una pieza de presentación breve que reúne una selección de los mejores trabajos realizados por un profesional con el objetivo de mostrar sus competencias técnicas, creativas y narrativas. A diferencia del portfolio, que permite consultar proyectos completos y obtener información detallada sobre la trayectoria profesional, el reel ofrece una visión sintética de las capacidades del autor y actúa como una herramienta destinada a captar rápidamente la atención de empresas, productoras o potenciales clientes (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

La duración recomendada de un reel profesional suele situarse entre 60 y 120 segundos, aunque puede variar en función de la especialidad y del perfil profesional. Durante este breve tiempo, el objetivo principal consiste en presentar una selección de imágenes capaces de demostrar el nivel técnico y creativo del profesional, despertando el interés suficiente para que el espectador desee conocer posteriormente el portfolio completo (Yorke, 2006).

Entre los principales objetivos del reel destacan mostrar el talento, captar la atención y generar interés profesional. Para ello resulta fundamental seleccionar únicamente aquellos trabajos que mejor representen las competencias del autor, organizándolos mediante una estructura dinámica y coherente que facilite una rápida comprensión de su perfil profesional (Bridgstock, 2009).

Un reel eficaz debe caracterizarse por un ritmo dinámico, una elevada calidad técnica y una clara intención narrativa. La selección de planos, la edición, la música y el ritmo deben responder a una estrategia de comunicación orientada a transmitir profesionalidad, especialización y capacidad creativa. Cada segundo del reel debe aportar información relevante sobre el nivel del

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

profesional, evitando secuencias redundantes o materiales de escasa calidad (Murch, 2004; Dancyger, 2013).

Uno de los errores más frecuentes consiste en incrementar artificialmente la duración del reel incorporando trabajos de calidad inferior. En el ámbito audiovisual, la valoración del candidato suele depender de la calidad media de las imágenes presentadas, por lo que un número reducido de secuencias excelentes resulta mucho más eficaz que una recopilación extensa con resultados desiguales. El principio fundamental consiste en priorizar siempre la calidad sobre la cantidad (Harvey, 2001).

El reel constituye una herramienta estratégica de comunicación profesional cuya finalidad no consiste en mostrar todo el trabajo realizado, sino en presentar una selección cuidadosamente elaborada que represente fielmente el nivel de competencia, la creatividad y la identidad profesional del autor (Yorke, 2006; Bridgstock, 2009).

13.7. Marca personal

La marca personal puede definirse como la percepción que otras personas construyen sobre un profesional a partir de su trayectoria, su trabajo, su comportamiento y la forma en que comunica sus competencias y valores. En el ámbito audiovisual, la marca personal constituye uno de los principales elementos de diferenciación dentro de un mercado altamente competitivo, donde la reputación profesional y la calidad del trabajo desarrollado desempeñan un papel decisivo (Peters, 1997; Arruda & Dixson, 2007).

La construcción de una marca personal sólida no depende únicamente de la visibilidad en redes sociales o de la promoción individual. Se fundamenta en la coherencia entre las competencias demostradas, los valores profesionales, la calidad de los proyectos realizados y la forma de relacionarse con clientes, colaboradores y organizaciones. La marca personal representa la síntesis de la identidad profesional proyectada a lo largo del tiempo (Schawbel, 2011).

Entre sus principales componentes destacan la especialización, que permite identificar claramente el ámbito profesional en el que se desarrolla la actividad; los valores, que orientan el comportamiento ético y la relación con otras personas; el estilo, entendido como la forma particular de trabajar y comunicar; y la reputación, construida mediante la calidad de los proyectos realizados y la confianza generada en el entorno profesional (Arruda & Dixson, 2007).

La construcción de una marca personal requiere responder de forma clara a una cuestión fundamental: *¿qué quiero que recuerden de mí profesionalmente?* La respuesta a esta pregunta orienta la selección de proyectos, la presencia en entornos digitales, la elaboración del portfolio, el reel y el conjunto de estrategias de comunicación desarrolladas por el profesional a lo largo de su carrera (Peters, 1997).

https://doi.org/10.52495/c13.emcs.51.c55

En el contexto de la comunicación audiovisual contemporánea, la marca personal también se construye mediante la participación en proyectos colaborativos, la actualización permanente de competencias, la utilización responsable de las tecnologías digitales y la capacidad para generar relaciones profesionales basadas en la confianza y la credibilidad. La reputación ya no depende exclusivamente de la calidad técnica del trabajo, sino también de la coherencia entre la identidad profesional y las acciones desarrolladas a lo largo del tiempo (Bridgstock, 2009).

La marca personal constituye una herramienta estratégica para la empleabilidad y el desarrollo profesional. Una identidad claramente definida, coherente y respaldada por evidencias reales facilita la diferenciación dentro del sector audiovisual y contribuye a generar oportunidades de colaboración, crecimiento profesional y reconocimiento dentro de la industria (Yorke, 2006; Arruda & Dixson, 2007).

13.8. LinkedIn y presencia profesional digital

La presencia profesional digital constituye actualmente uno de los principales factores que influyen en la empleabilidad dentro del sector audiovisual. Cada vez es más habitual que empresas, productoras y organizaciones consulten la actividad profesional de los candidatos en entornos digitales antes de iniciar un proceso de selección. LinkedIn se ha consolidado como la principal plataforma para la construcción de la identidad profesional y el establecimiento de redes de contacto dentro del mercado laboral (Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020; Bridgstock, 2009).

Un perfil profesional eficaz debe transmitir de forma clara la especialización, las competencias y la propuesta de valor del candidato. Para ello resulta recomendable incorporar una fotografía profesional, un titular descriptivo, una presentación personal que sintetice la trayectoria y los intereses profesionales, así como información actualizada sobre la formación, la experiencia y las principales competencias desarrolladas (Arruda & Dixson, 2007).

Resulta especialmente conveniente incluir enlaces al portfolio profesional, al reel audiovisual, a la página web personal o a otros espacios donde puedan visualizarse proyectos desarrollados por el profesional. De este modo, el perfil de LinkedIn deja de ser únicamente un currículum digital para convertirse en un punto de acceso a las evidencias reales de las competencias y de la experiencia acumulada (Harvey, 2001).

La participación activa mediante publicaciones especializadas, comentarios, difusión de proyectos, participación en eventos y colaboración con comunidades profesionales contribuye igualmente a incrementar la visibilidad y a fortalecer la reputación dentro del sector audiovisual. Esta actividad favorece la construcción de una red de contactos sólida y facilita el acceso a nuevas

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

oportunidades laborales y de colaboración (Torres-Toukoumidis & Marín-Gutiérrez, 2020).

En el ámbito audiovisual, la presencia digital no debe limitarse exclusivamente a LinkedIn. La integración de esta plataforma con el portfolio profesional, páginas web personales, plataformas de vídeo y otros espacios especializados permite construir una identidad profesional coherente y fácilmente accesible para empresas, instituciones y potenciales clientes (Bridgstock, 2009).

Una adecuada presencia profesional digital incrementa la visibilidad, fortalece la credibilidad y favorece la generación de oportunidades laborales. La gestión estratégica de la identidad digital constituye actualmente una competencia esencial para cualquier profesional de la comunicación audiovisual que aspire a desarrollar una trayectoria profesional sólida y sostenible (Yorke, 2006; Arruda & Dixson, 2007).

13.9. Plataformas para portfolios audiovisuales

La difusión del portfolio profesional depende en gran medida de la selección de las plataformas adecuadas para presentar los trabajos realizados. En la actualidad existen diferentes espacios digitales que permiten mostrar proyectos audiovisuales, establecer contactos profesionales y facilitar el acceso de empresas, clientes y colaboradores al trabajo desarrollado por el profesional. La elección de estas plataformas debe responder a la especialización, los objetivos laborales y el público al que se dirige el portfolio (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

Una de las plataformas más utilizadas es Behance, especialmente orientada a profesionales del diseño, la comunicación visual, la ilustración y la creatividad digital. Su estructura facilita la presentación detallada de proyectos, incorporando imágenes, vídeos y explicaciones sobre el proceso creativo seguido durante su desarrollo.

En el ámbito estrictamente audiovisual, Vimeo constituye una de las principales plataformas para alojar y presentar reels, cortometrajes, documentales y otros proyectos de vídeo con una elevada calidad de reproducción. Su orientación profesional y la ausencia de publicidad favorecen una visualización más adecuada durante procesos de selección y presentaciones a clientes.

YouTube ofrece una enorme capacidad de difusión y visibilidad pública. Además de servir como repositorio de contenidos audiovisuales, permite construir comunidades, compartir proyectos y facilitar el acceso a trabajos realizados desde cualquier dispositivo conectado a Internet. En muchos casos, actúa como complemento del portfolio profesional.

LinkedIn desempeña una función diferente, ya que constituye la principal red social orientada a la creación de redes profesionales. La integración del

portfolio, el reel y la experiencia profesional dentro del perfil de LinkedIn facilita el acceso de empresas y organizaciones a la trayectoria del candidato y refuerza su identidad profesional.

Adobe Portfolio permite desarrollar páginas web personales donde integrar de forma coherente proyectos audiovisuales, fotografías, diseños gráficos, currículum, información profesional y datos de contacto. Esta plataforma facilita la creación de una identidad visual unificada y resulta especialmente útil para profesionales que desean disponer de un espacio propio en Internet.

Con independencia de la plataforma utilizada, resulta fundamental mantener una coherencia visual y narrativa entre todos los espacios donde se presenta la actividad profesional. La identidad gráfica, la selección de proyectos, la información biográfica y la propuesta de valor deben transmitir una imagen homogénea que refuerce la marca personal y facilite el reconocimiento del profesional dentro del sector audiovisual (Arruda & Dixson, 2007; Bridgstock, 2009).

13.10. Currículum para profesionales audiovisuales

El currículum vitae constituye uno de los principales documentos de presentación profesional y debe ofrecer una visión clara, sintética y actualizada de la trayectoria académica y laboral del candidato. En el ámbito audiovisual, el currículum no pretende mostrar los trabajos realizados —función propia del portfolio—, sino facilitar una rápida comprensión del perfil profesional, de las competencias adquiridas y de la experiencia acumulada (Harvey, 2001; Yorke, 2006).

Un currículum eficaz debe caracterizarse por su claridad, actualización, brevedad y una presentación visual cuidada que facilite la lectura de la información. La organización del contenido debe responder a una estructura lógica y permitir que el responsable de selección identifique rápidamente los aspectos más relevantes del perfil profesional. En la mayoría de los procesos de selección, el tiempo dedicado a la primera revisión del currículum es muy reducido, por lo que la capacidad de síntesis resulta especialmente importante (Bridgstock, 2009).

Entre los apartados básicos que debe incorporar destacan los datos personales y de contacto, una breve presentación profesional, la formación académica, la experiencia profesional, las competencias técnicas —incluyendo el dominio de programas, tecnologías y herramientas audiovisuales— y los enlaces al portfolio, al reel y a otros espacios profesionales donde puedan consultarse los trabajos realizados. Esta información debe mantenerse permanentemente actualizada y adaptarse a las características del puesto al que se opta (Harvey, 2001).

En el sector audiovisual resulta especialmente recomendable destacar la participación en proyectos relevantes, prácticas profesionales, colaboraciones

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

y producciones desarrolladas durante la formación universitaria. Siempre que sea posible, conviene describir brevemente las funciones desempeñadas y las responsabilidades asumidas, permitiendo valorar el grado de experiencia alcanzado por el candidato (Yorke, 2006).

Uno de los errores más frecuentes consiste en incorporar información irrelevante o excesivamente extensa, dificultando la identificación de los aspectos realmente importantes del perfil profesional. Del mismo modo, resulta poco recomendable utilizar diseños excesivamente complejos que puedan dificultar la lectura o desviar la atención respecto a las competencias y la experiencia del candidato. En el ámbito audiovisual, la creatividad debe ponerse al servicio de la claridad y de la eficacia comunicativa (Bridgstock, 2009).

Un currículum profesional debe entenderse como una herramienta estratégica de comunicación cuyo objetivo consiste en facilitar el acceso al portfolio y despertar el interés de la organización por conocer con mayor profundidad la trayectoria y las capacidades del profesional audiovisual (Harvey, 2001; Yorke, 2006).

13.11. Networking profesional

El networking profesional puede definirse como el proceso de construcción, mantenimiento y fortalecimiento de relaciones profesionales basadas en la colaboración, la confianza y el intercambio de conocimiento. En el sector audiovisual, donde gran parte de los proyectos se desarrollan mediante equipos multidisciplinares y colaboraciones temporales, estas redes de contacto constituyen uno de los principales mecanismos de acceso a nuevas oportunidades laborales y de desarrollo profesional (Bridgstock, 2009; Harvey, 2001).

Las oportunidades de empleo dentro de la industria audiovisual surgen con frecuencia a través de recomendaciones, colaboraciones previas y relaciones construidas durante la formación o el ejercicio profesional. El networking no debe entenderse como una actividad puntual orientada únicamente a buscar trabajo, sino como un proceso continuo de participación activa dentro de la comunidad profesional (Yorke, 2006).

Entre las estrategias más recomendables para desarrollar una red profesional destacan la participación en congresos, jornadas especializadas, ferias del sector, festivales audiovisuales, encuentros profesionales y otras actividades donde resulta posible conocer a especialistas de diferentes ámbitos de la comunicación audiovisual. Estos espacios favorecen el intercambio de experiencias, la actualización profesional y la creación de futuras colaboraciones (Bridgstock, 2009).

Otra estrategia especialmente valiosa consiste en colaborar en proyectos audiovisuales, tanto durante la formación universitaria como en iniciativas independientes o actividades desarrolladas junto a asociaciones, instituciones

y organizaciones del sector. Estas experiencias permiten demostrar competencias, ampliar la experiencia profesional y fortalecer la red de contactos mediante el trabajo conjunto (Harvey, 2001).

Resulta recomendable mantener el contacto con docentes, compañeros de estudios, tutores de prácticas y otros profesionales con los que se hayan desarrollado proyectos de formación o colaboración. Estas relaciones pueden convertirse en una importante fuente de orientación, recomendaciones y oportunidades profesionales a lo largo de la trayectoria laboral (Yorke, 2006).

El principio fundamental del networking consiste en comprender que las redes profesionales deben construirse antes de necesitarlas. La confianza, la reputación y la colaboración se desarrollan progresivamente mediante relaciones auténticas y sostenidas en el tiempo. El networking debe entenderse como una inversión a largo plazo en el desarrollo profesional y no únicamente como una estrategia para encontrar empleo (Bridgstock, 2009).

El networking constituye una competencia esencial dentro del sector audiovisual contemporáneo. La combinación de conocimientos técnicos, experiencia práctica y una red profesional sólida incrementa significativamente las posibilidades de empleabilidad, favorece el aprendizaje continuo y facilita la participación en nuevos proyectos de comunicación audiovisual (Harvey, 2001; Yorke, 2006).

13.12. Prácticas profesionales

Las prácticas profesionales constituyen uno de los principales mecanismos de transición entre la formación universitaria y el ejercicio profesional dentro del sector audiovisual. A través de ellas, el estudiante tiene la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación en contextos reales de producción, conocer el funcionamiento de las organizaciones y desarrollar competencias difícilmente alcanzables únicamente mediante la enseñanza teórica (Harvey, 2001; Yorke, 2006).

Uno de los principales beneficios de las prácticas consiste en la adquisición de experiencia profesional real. La participación en proyectos audiovisuales permite enfrentarse a situaciones propias del entorno laboral, desarrollar habilidades técnicas y organizativas, trabajar en equipos multidisciplinares y comprender los procesos habituales de producción, postproducción y distribución de contenidos audiovisuales (Bridgstock, 2009).

Las prácticas también favorecen la creación de una red de contactos profesionales, facilitando la relación con responsables de producción, realizadores, técnicos, creativos y otros especialistas del sector. Estas relaciones pueden convertirse posteriormente en oportunidades de colaboración, recomendaciones o futuras incorporaciones al mercado laboral, reforzando significativamente la empleabilidad del estudiante (Yorke, 2006).

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

Otro aspecto especialmente relevante corresponde al conocimiento directo de la industria audiovisual. La experiencia cotidiana dentro de empresas, productoras, medios de comunicación o instituciones permite comprender las dinámicas de trabajo, las exigencias del mercado y las competencias actualmente más valoradas por las organizaciones. Este aprendizaje facilita una mejor adaptación a los futuros entornos profesionales (Harvey, 2001).

Para que las prácticas alcancen todo su potencial formativo, resulta fundamental asumirlas como una oportunidad de aprendizaje y de visibilidad profesional. La actitud proactiva, la capacidad para colaborar con el equipo, la disposición para aprender y el compromiso con la calidad del trabajo desarrollado contribuyen a generar una imagen profesional positiva que puede favorecer futuras oportunidades laborales (Bridgstock, 2009).

Las prácticas profesionales no deben entenderse únicamente como una actividad académica obligatoria, sino como una etapa estratégica en la construcción de la trayectoria profesional. La combinación de experiencia práctica, aprendizaje continuo y establecimiento de relaciones profesionales constituye uno de los principales factores de inserción laboral dentro del sector audiovisual (Yorke, 2006; Harvey, 2001).

13.13. Emprendimiento audiovisual

El emprendimiento audiovisual constituye una de las principales vías de desarrollo profesional dentro de las industrias culturales y creativas. La evolución tecnológica, la digitalización de los procesos de producción y la expansión de las plataformas de distribución han ampliado considerablemente las posibilidades de crear iniciativas empresariales relacionadas con la producción, distribución y gestión de contenidos audiovisuales (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016).

Entre las principales áreas de emprendimiento destacan la creación de productoras audiovisuales, estudios de podcast, agencias de comunicación digital, empresas especializadas en la producción de contenidos para redes sociales, plataformas de formación en línea, consultorías de comunicación audiovisual y servicios relacionados con la inteligencia artificial aplicada a la producción y la postproducción. La diversificación del mercado ha favorecido la aparición de modelos empresariales mucho más flexibles y adaptados a las necesidades de la economía digital (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016; Jenkins, 2008).

Uno de los principales factores que ha impulsado este crecimiento ha sido la reducción de las barreras de entrada. El acceso a cámaras digitales de alta calidad, programas de edición profesional, herramientas de inteligencia artificial y plataformas de distribución en Internet ha disminuido significativamente los costes iniciales de creación de proyectos audiovisuales respecto a décadas anteriores. Esta evolución facilita que pequeños equipos o profesionales in-

dependientes puedan desarrollar iniciativas competitivas dentro del mercado audiovisual (Brown, 2021).

El éxito del emprendimiento audiovisual no depende únicamente de la disponibilidad tecnológica. La viabilidad de un proyecto empresarial requiere desarrollar competencias relacionadas con la planificación estratégica, la gestión económica, el marketing digital, la captación de clientes, la innovación y la adaptación continua a un mercado caracterizado por una elevada competencia y una rápida evolución tecnológica (Bridgstock, 2009).

La inteligencia artificial también comienza a desempeñar un papel relevante dentro del emprendimiento audiovisual, permitiendo automatizar procesos de producción, optimizar recursos, generar contenidos preliminares y mejorar la eficiencia operativa de pequeñas empresas y profesionales independientes. Estas herramientas amplían las posibilidades de creación, aunque continúan requiriendo supervisión humana para garantizar la calidad y la coherencia de los proyectos desarrollados (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

El emprendimiento audiovisual representa una oportunidad creciente para quienes desean desarrollar proyectos propios dentro del sector de la comunicación. La combinación de competencias audiovisuales, visión empresarial, capacidad de innovación y dominio de las tecnologías digitales constituye actualmente uno de los principales factores de éxito dentro de las industrias creativas (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016; Bridgstock, 2009).

13.14. Modelo de negocio audiovisual

Todo proyecto emprendedor dentro del sector audiovisual requiere definir un modelo de negocio, entendido como la estructura mediante la cual una organización crea valor para sus públicos, ofrece productos o servicios audiovisuales y obtiene los recursos económicos necesarios para garantizar su sostenibilidad. Más allá de la producción de contenidos, un modelo de negocio permite comprender cómo se organiza la actividad profesional y cuáles son los factores que hacen viable una iniciativa empresarial (Osterwalder & Pigneur, 2011).

La construcción de un modelo de negocio comienza respondiendo a una serie de preguntas fundamentales. En primer lugar, ¿*qué ofrecemos*?, identificando el producto o servicio audiovisual que aporta valor a los clientes o usuarios. En segundo lugar, ¿*a quién va dirigido*?, definiendo con precisión el público objetivo o los segmentos de mercado a los que se orienta la actividad profesional. Estas decisiones condicionan el conjunto de la estrategia empresarial y comunicativa (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Otra cuestión esencial consiste en determinar ¿*cómo se generan los ingresos*?. En el ámbito audiovisual existen múltiples posibilidades, entre ellas la producción para clientes, la creación de contenidos propios, la publicidad, las

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

plataformas digitales, la formación especializada, las suscripciones o la consultoría. La diversificación de las fuentes de ingresos constituye actualmente uno de los principales factores de sostenibilidad para los proyectos audiovisuales (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016).

El modelo de negocio también debe identificar ¿q*ué recursos son necesarios*?, considerando tanto los recursos humanos como los tecnológicos, financieros y organizativos indispensables para desarrollar la actividad. Esta planificación facilita una utilización más eficiente de los medios disponibles y contribuye a reducir los riesgos asociados al emprendimiento (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Resulta imprescindible responder a la pregunta *¿qué nos diferencia*?. La propuesta de valor constituye el elemento que permite distinguir una iniciativa audiovisual del resto de competidores mediante la calidad de los contenidos, la especialización, la innovación tecnológica, la creatividad o la capacidad para resolver necesidades específicas de determinados públicos. Esta diferenciación representa uno de los principales factores de competitividad dentro de las industrias culturales y creativas (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016; Bridgstock, 2009).

El modelo de negocio constituye una herramienta estratégica para transformar una idea creativa en un proyecto profesional viable. La combinación de una propuesta de valor claramente definida, un conocimiento preciso del mercado y una adecuada planificación de los recursos favorece el desarrollo sostenible de iniciativas emprendedoras dentro del sector audiovisual (Osterwalder & Pigneur, 2011).

13.15. Freelance y economía creativa

El trabajo freelance o por cuenta propia constituye una de las modalidades de empleo más habituales dentro del sector audiovisual contemporáneo. La organización de la producción mediante proyectos temporales, equipos multidisciplinares y colaboraciones entre profesionales ha favorecido el crecimiento del trabajo independiente, convirtiéndolo en una opción profesional cada vez más frecuente dentro de las industrias culturales y creativas (Howkins, 2007; Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016).

Uno de los principales atractivos de esta modalidad laboral reside en la flexibilidad que ofrece para seleccionar proyectos, organizar el tiempo de trabajo y colaborar con diferentes empresas, instituciones o clientes. La participación en producciones de naturaleza diversa favorece el desarrollo de competencias multidisciplinares y amplía la experiencia profesional del comunicador audiovisual (Florida, 2010).

El trabajo independiente también plantea importantes desafíos. Entre ellos destacan la inestabilidad de los ingresos, la necesidad de gestionar aspectos administrativos, fiscales y legales, la planificación financiera y la captación

continua de nuevos clientes y proyectos. Estas responsabilidades convierten al profesional freelance no solo en creador de contenidos, sino también en gestor de su propia actividad empresarial (Howkins, 2007).

La gestión empresarial básica adquiere una importancia creciente. La elaboración de presupuestos, la negociación con clientes, la organización del tiempo, la planificación económica y el desarrollo de estrategias de comunicación y marketing forman parte de las competencias necesarias para garantizar la sostenibilidad de la actividad profesional (Ruiz San-Miguel *et al*., 2016).

La consolidación de la economía digital y el desarrollo de plataformas especializadas también han ampliado las posibilidades del trabajo freelance, facilitando la colaboración internacional, la prestación de servicios en línea y la creación de redes profesionales que trascienden las fronteras geográficas tradicionales. Esta evolución ha incrementado las oportunidades de emprendimiento, pero también la competencia dentro del mercado audiovisual global (Florida, 2010).

El trabajo freelance representa una alternativa profesional con un elevado potencial de desarrollo dentro del sector audiovisual. Su éxito depende de la combinación equilibrada entre competencias creativas, conocimientos técnicos, capacidad empresarial y una adecuada gestión de las relaciones profesionales y de la marca personal (Bridgstock, 2009; Howkins, 2007).

13.16. Inteligencia Artificial y empleabilidad

La incorporación de la inteligencia artificial está modificando progresivamente las competencias demandadas por el mercado laboral audiovisual. La automatización de numerosas tareas técnicas no implica la desaparición de los profesionales, sino una transformación de los perfiles competenciales requeridos por empresas, productoras, instituciones y organizaciones dedicadas a la comunicación audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Hinojosa Becerra *et al*., 2024).

Entre las competencias emergentes adquieren una importancia creciente el diseño de *prompts*, la supervisión de sistemas de inteligencia artificial, la automatización de procesos de producción, la verificación de contenidos generados mediante IA y la capacidad para integrar herramientas inteligentes dentro de los flujos de trabajo audiovisuales. Estas habilidades permiten aprovechar el potencial de la inteligencia artificial manteniendo el control sobre la calidad y la coherencia de los resultados obtenidos (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Paralelamente, determinadas competencias permanentes adquieren un valor todavía mayor en un entorno caracterizado por la automatización. Entre ellas destacan la creatividad, la capacidad narrativa, el pensamiento crítico, la comunicación interpersonal, la resolución de problemas y la ética profesional.

Estas capacidades continúan siendo esenciales porque permiten interpretar contextos, construir significado, tomar decisiones estratégicas y asumir la responsabilidad sobre los contenidos producidos (Russell & Norvig, 2024).

La combinación de competencias tecnológicas y capacidades humanas configura un nuevo perfil profesional caracterizado por su capacidad para colaborar con sistemas inteligentes sin delegar completamente en ellos las decisiones fundamentales del proceso creativo y comunicativo. La inteligencia artificial deja de entenderse como un sustituto del profesional para convertirse en una herramienta de apoyo al desarrollo de proyectos audiovisuales de mayor calidad y eficiencia (Hinojosa Becerra *et al.*, 2024).

La principal transformación de la empleabilidad audiovisual no consiste en la desaparición de determinadas profesiones, sino en la evolución de las competencias necesarias para desempeñarlas. La capacidad para integrar tecnologías emergentes con creatividad, pensamiento crítico, ética y visión estratégica constituye actualmente uno de los principales factores de competitividad dentro del mercado laboral audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Bridgstock, 2009).

La tecnología continuará evolucionando, pero las competencias específicamente humanas (como la creatividad, la interpretación, la empatía, la comunicación y la capacidad para construir significado) seguirán desempeñando un papel esencial en el ejercicio profesional de la comunicación audiovisual. El futuro de la empleabilidad dependerá de la capacidad para integrar ambos ámbitos dentro de una práctica profesional responsable e innovadora (Russell & Norvig, 2024).

13.17. Aprendizaje permanente

La rápida evolución tecnológica y la constante transformación de la industria audiovisual han convertido el aprendizaje permanente en una competencia esencial para el desarrollo profesional. En la actualidad, la obtención de un título universitario ya no representa el final del proceso formativo, sino el punto de partida de una actualización continua que acompaña toda la trayectoria laboral del comunicador audiovisual (Jarvis, 2007; Torres-Toukoumidis *et al.*, 2022).

La incorporación constante de nuevas tecnologías obliga a los profesionales a mantener una actitud de aprendizaje continuo para adaptarse a las innovaciones que transforman los procesos de producción, distribución y consumo de contenidos audiovisuales. Esta actualización resulta especialmente necesaria en un entorno caracterizado por la rápida aparición de nuevas herramientas, plataformas y metodologías de trabajo (Yorke, 2006).

Entre los principales ámbitos de actualización destacan el dominio de software especializado, la utilización de plataformas digitales, el conocimiento

de herramientas de inteligencia artificial, la evolución de la narrativa digital, la producción multimedia y las nuevas estrategias de comunicación desarrolladas en entornos digitales. La combinación de estas competencias facilita la adaptación a un mercado laboral en permanente transformación y mejora significativamente las oportunidades de empleabilidad (Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

El aprendizaje permanente también implica desarrollar la capacidad para aprender de forma autónoma, seleccionar fuentes de información fiables, participar en comunidades profesionales, asistir a actividades de formación especializada y mantener una actitud abierta hacia la innovación tecnológica. Esta disposición favorece la actualización constante de conocimientos y contribuye al crecimiento profesional a lo largo del tiempo (Bridgstock, 2009).

El concepto de aprendizaje a lo largo de la vida (*Lifelong Learning*) resume esta perspectiva formativa, entendiendo que el desarrollo profesional requiere un proceso continuo de adquisición, actualización y renovación de competencias. Más que una actividad puntual, constituye una actitud permanente orientada a responder de forma flexible a los cambios tecnológicos, sociales y organizativos que caracterizan a la comunicación audiovisual contemporánea (Jarvis, 2007).

El aprendizaje permanente representa uno de los principales factores de empleabilidad dentro del sector audiovisual. La capacidad para actualizar conocimientos, incorporar nuevas herramientas y adaptarse a escenarios profesionales cambiantes constituye actualmente una ventaja competitiva fundamental para cualquier profesional de la comunicación audiovisual (Yorke, 2006; Torres-Toukoumidis *et al*., 2022).

13.18. Internacionalización profesional

La transformación digital de la industria audiovisual ha ampliado considerablemente las posibilidades de internacionalización profesional, permitiendo que profesionales, empresas y emprendedores desarrollen proyectos para organizaciones situadas en diferentes países sin necesidad de desplazarse físicamente. La expansión de Internet, las plataformas de colaboración y los entornos de trabajo en línea ha favorecido la creación de un mercado audiovisual cada vez más global e interconectado (Jenkins, 2008; Ruiz San-Miguel *et al*., 2016).

Entre las principales oportunidades destacan el teletrabajo, la producción remota y la participación en equipos internacionales que colaboran simultáneamente desde diferentes países durante las distintas fases de la producción audiovisual. Estas modalidades de trabajo permiten acceder a clientes, productoras, instituciones y proyectos de carácter internacional, ampliando significativamente las posibilidades de desarrollo profesional (Florida, 2010).

La internacionalización también favorece la diversificación de proyectos, el intercambio de conocimientos y el acceso a nuevas experiencias culturales y profesionales. La colaboración con equipos multidisciplinares procedentes de diferentes contextos contribuye al desarrollo de competencias interculturales y enriquece los procesos creativos mediante la incorporación de perspectivas diversas sobre la comunicación audiovisual (Howkins, 2007).

Para aprovechar estas oportunidades resulta imprescindible desarrollar determinadas competencias. Entre ellas destacan el dominio de las competencias digitales, la capacidad para trabajar mediante plataformas colaborativas, el conocimiento de idiomas, especialmente el inglés como lengua habitual de comunicación profesional internacional, y la adaptabilidad cultural, que facilita la colaboración eficaz con personas pertenecientes a diferentes contextos sociales y profesionales (Bridgstock, 2009).

La inteligencia artificial y las tecnologías de traducción automática también están facilitando la internacionalización de la actividad audiovisual mediante herramientas de subtitulado, doblaje asistido, traducción y localización de contenidos. La adaptación cultural de los mensajes continúa requiriendo la intervención de profesionales capaces de comprender las particularidades comunicativas de cada contexto y garantizar la adecuación narrativa de las producciones audiovisuales (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

La internacionalización constituye actualmente una de las principales oportunidades de desarrollo profesional dentro del sector audiovisual. La combinación de competencias técnicas, capacidad de comunicación intercultural, dominio de idiomas y adaptación tecnológica permite ampliar significativamente las posibilidades de empleabilidad y participación en proyectos de alcance global (Ruiz San-Miguel *et al.*, 2016; Bridgstock, 2009).

13.19. Perfil del comunicador audiovisual del futuro

La transformación tecnológica, la digitalización de la industria y la incorporación de la inteligencia artificial están configurando un nuevo perfil profesional para el comunicador audiovisual. El mercado laboral ya no demanda únicamente especialistas en herramientas concretas, sino profesionales capaces de integrar conocimientos técnicos, creatividad, pensamiento estratégico y capacidad de adaptación dentro de entornos de producción cada vez más complejos e interdisciplinares (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024; Bridgstock, 2009).

Entre las competencias más relevantes destacan las competencias técnicas, relacionadas con el dominio de los procesos de producción, edición, postproducción y distribución audiovisual, así como el conocimiento de las herramientas digitales e inteligentes que actualmente forman parte del flujo de trabajo profesional. La actualización permanente de estos conocimientos

constituye una condición imprescindible para responder a la rápida evolución del sector (Brown, 2021).

Junto a ellas adquieren una importancia creciente las competencias narrativas, entendidas como la capacidad para construir relatos audiovisuales coherentes, seleccionar estrategias expresivas adecuadas y comunicar eficazmente mediante imágenes, sonidos y recursos multimedia. La narrativa continúa siendo uno de los principales elementos diferenciadores del profesional frente a los procesos automatizados de producción (Bordwell *et al*., 2020).

Las competencias digitales incluyen el dominio de plataformas colaborativas, herramientas de inteligencia artificial, producción multiplataforma, análisis de datos y adaptación a nuevos entornos tecnológicos. Estas capacidades permiten integrar la innovación dentro de los procesos habituales de producción y comunicación audiovisual (Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

El nuevo profesional también debe desarrollar sólidas competencias éticas, orientadas a garantizar la transparencia, la responsabilidad, el respeto a la propiedad intelectual, la protección de los datos personales y la utilización responsable de la inteligencia artificial durante todas las fases de la producción audiovisual. La dimensión ética constituye actualmente una parte inseparable del ejercicio profesional de la comunicación (UNESCO, 2022).

A estas capacidades se suman las competencias emprendedoras, relacionadas con la gestión de proyectos, la construcción de la marca personal, la innovación, la captación de clientes y el desarrollo de iniciativas empresariales dentro de las industrias creativas. La creciente diversificación del mercado audiovisual exige profesionales capaces de combinar la creación de contenidos con la gestión estratégica de su actividad profesional (Ruiz San-Miguel *et al*., 2016).

El perfil del comunicador audiovisual del futuro corresponde al de un profesional híbrido, capaz de integrar creatividad, conocimientos tecnológicos, pensamiento crítico, capacidad narrativa, sensibilidad ética y espíritu emprendedor. La ventaja competitiva ya no reside exclusivamente en dominar una determinada herramienta, sino en saber combinar las capacidades humanas con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para generar una comunicación audiovisual innovadora, responsable y socialmente relevante (Hinojosa Becerra *et al*., 2024; Torres-Toukoumidis & León-Alberca, 2024).

Caso práctico

Construcción de un portfolio universitario. Los elementos que deben incluirse: un reel de 90 segundos, un proyecto documental, un podcast, un reportaje audiovisual y un proyecto de IA aplicada. El resultado esperado es un portfolio orientado a procesos de selección profesional.

Los errores más frecuentes son incluir todos los trabajos realizados, no actualizar los contenidos, descuidar la presentación visual, ignorar la identidad profesional y depender exclusivamente del currículum.

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

Como conclusiones podemos destacar que la empleabilidad audiovisual contemporánea depende cada vez más de la capacidad para demostrar competencias mediante evidencias concretas de trabajo. El portfolio profesional constituye la herramienta central para construir visibilidad, credibilidad y diferenciación en un mercado altamente competitivo.

Paralelamente, el emprendimiento audiovisual ofrece nuevas oportunidades para desarrollar trayectorias profesionales autónomas e innovadoras. En ambos casos, la combinación de competencias técnicas, narrativas, digitales y éticas resulta esencial para afrontar los desafíos de la comunicación audiovisual del siglo XXI.

Preguntas de reflexión

¿Por qué el portfolio tiene más relevancia que el currículum en muchos procesos de selección audiovisual?
¿Qué características debería tener un reel eficaz?
¿Cómo influye la identidad digital en la empleabilidad?
¿Qué competencias seguirán siendo relevantes en un contexto de creciente automatización?
¿Qué oportunidades ofrece actualmente el emprendimiento audiovisual?

Actividad práctica final integradora

Diseñe su propio plan profesional para los próximos cinco años. El proyecto deberá incluir: diagnóstico de competencias, portfolio profesional, reel audiovisual, perfil de LinkedIn, estrategia de networking, plan de formación continua, proyecto emprendedor o de inserción laboral.

Elabore una memoria final de 5.000 palabras justificando las decisiones adoptadas y relacionándolas con las tendencias actuales de la industria audiovisual.

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.