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

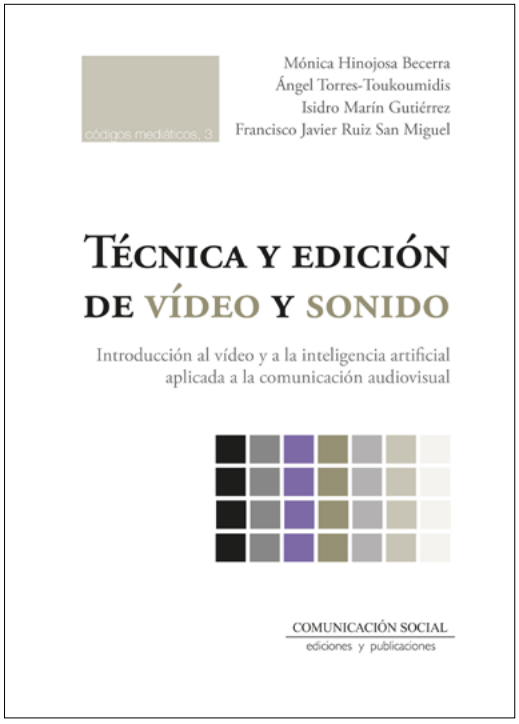
Capítulo 14

Título del Capítulo
«Casos prácticos»

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): «Casos prácticos». 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/c14.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

14.

Casos prácticos

Caso Práctico 1. Producción integral de un vídeo institucional universitario

—*Contexto*

La Universidad de Málaga desea promocionar el Grado en Comunicación Audiovisual mediante un vídeo institucional dirigido a futuros estudiantes nacionales e internacionales. El vídeo será utilizado en: Página web institucional, Jornadas de puertas abiertas, Instagram, YouTube, TikTok, Ferias universitarias, etc…

—*Problema comunicativo*

La carrera necesita comunicar de forma clara y emocional su valor diferencial frente a otras titulaciones similares. El vídeo no debe limitarse a mostrar instalaciones. Debe construir una historia capaz de conectar con estudiantes que están decidiendo su futuro académico y profesional.

—*Objetivo general*

- Diseñar, producir y editar un vídeo institucional de tres minutos que transmita la identidad, fortalezas y oportunidades del Grado en Comunicación Audiovisual.

—*Objetivos específicos*

- Aplicar principios de lenguaje audiovisual.
- Utilizar composición, planos, iluminación y sonido de forma coherente.
- Construir una narrativa basada en storytelling.
- Desarrollar una planificación profesional de producción.
- Editar el material en Adobe Premiere Pro.
- Mejorar el sonido en Adobe Audition.
- Aplicar corrección de color en DaVinci Resolve.
- Integrar herramientas de IA en la preproducción y postproducción.
- Presentar el proyecto ante un tribunal académico.

—*Público objetivo*

- *Público principal*

Estudiantes de bachillerato interesados en comunicación, cine, televisión, redes sociales, producción digital o creación de contenidos.

- *Público secundario*

Familias, orientadores educativos y estudiantes internacionales.

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

—*Mensaje central*

«Estudiar Comunicación Audiovisual en la Universidad de Málaga permite transformar la creatividad en proyectos profesionales capaces de comunicar, emocionar e innovar.»

—*Propuesta narrativa:*

– Estructura recomendada:

• Acto I. Duda inicial

Un estudiante se pregunta qué estudiar y cómo convertir su interés por el audiovisual en una carrera profesional.

• Acto II. Descubrimiento

El estudiante conoce la facultad, los laboratorios, las asignaturas, los proyectos y las salidas profesionales.

• Acto III. Transformación

El estudiante se imagina produciendo, editando, dirigiendo y comunicando historias con impacto social.

—*Recursos audiovisuales sugeridos*

• Imagen

-Planos generales del campus.
-Planos detalle de cámaras, micrófonos y pantallas de edición.
-Primeros planos de estudiantes trabajando.
-Planos medios de docentes.
-Imágenes de clases prácticas.
-Recursos de laboratorios audiovisuales.

• Sonido

Voz en off institucional, Testimonios breves, Música inspiradora, Sonido ambiente de aula, campus y laboratorios.

• Color

Paleta limpia, luminosa y cercana. Tonos cálidos moderados. Refuerzo de colores institucionales.

—*Uso recomendado de IA*

• Preproducción

Generación de ideas narrativas. Propuesta de escaleta. Borrador de preguntas de entrevista. Moodboard visual. Storyboard preliminar.

• Postproducción

Transcripción automática. Subtitulado. Reencuadre para redes sociales. Limpieza básica de audio. Generación de versiones resumidas.

—*Entregables*

• Documento 1. Brief

Debe incluir: Problema de comunicación. Objetivo. Público. Mensaje clave. Plataformas. Tono visual y sonoro.

• Documento 2. Guion literario

Debe presentar: Voz en off. Testimonios. Descripción de escenas. Progresión narrativa.

https://doi.org/10.52495/c14.emcs.51.c55

- Documento 3. Guion técnico

Debe incluir: Tipo de plano. Movimiento. Audio. Duración. Localización.

- Documento 4. Storyboard

Mínimo 15 viñetas.

- Documento 5. Plan de rodaje

Debe incluir: Fechas. Horarios. Localizaciones. Equipo responsable. Necesidades técnicas.

- Documento 6. Presupuesto

Real o simulado.

- Documento 7. Vídeo final

Duración: 3 minutos.

- Documento 8. Versiones adaptadas

Versión YouTube horizontal. Versión Reels/TikTok vertical. Versión teaser de 30 segundos.

- Documento 9. Memoria reflexiva

Extensión recomendada: 3.500-5.000 palabras.

Tabla 1. Rúbrica específica.

Criterio	Peso
Brief y planificación	15%
Narrativa y storytelling	20%
Calidad de imagen	15%
Calidad sonora	15%
Montaje y ritmo	15%
Corrección de color	10%
Uso crítico de IA	5%
Defensa oral	5%

Caso Práctico 2. Mini documental social

—*Contexto*

El alumnado debe producir un mini documental de entre cinco y ocho minutos sobre un problema social cercano al entorno universitario.

—*Temas posibles*

Vivienda estudiantil. Salud mental universitaria. Brecha digital. Movilidad sostenible. Igualdad de género. Accesibilidad en el campus. Consumo audiovisual juvenil. Inteligencia Artificial en la educación.

—*Objetivo*

- Desarrollar una pieza documental que combine información, testimonio, observación y reflexión crítica.

—Estructura narrativa recomendada
- Inicio

Presentación del problema.
- Desarrollo

Testimonios, datos y observación de situaciones reales.
- Cierre

Reflexión, propuesta o pregunta abierta.

—*Recursos obligatorios*
Al menos tres entrevistas. Imágenes de contexto. Sonido ambiente. Música no invasiva. Rótulos informativos. Créditos finales. Declaración de uso de IA, si procede.

—*Actividad de análisis previa*
Antes de producir, el alumnado debe analizar un documental breve e identificar: Tema. Punto de vista. Estructura. Tipo de entrevistas. Uso de música. Montaje. Posicionamiento ético.

—*Problemas habituales*
Exceso de entrevistas sin narrativa. Falta de imágenes de apoyo. Audio deficiente. Ausencia de punto de vista. Cierre débil.

Caso Práctico 3. Podcast académico universitario

—*Contexto*
El podcast se ha convertido en una herramienta de divulgación científica, comunicación institucional y aprendizaje universitario.

—*Producto final*
Podcast de 10 a 15 minutos.

—*Tema propuesto*
«La transformación digital en la comunicación audiovisual.»

—*Estructura recomendada*
- Introducción

Presentación del tema y de los participantes.
- Desarrollo

Conversación o entrevista guiada.
- Sección sonora

Fragmento con ambiente, música o recurso narrativo.
- Cierre

Conclusiones y llamada a la acción.

—*Elementos técnicos obligatorios*
Grabación en 48 kHz. Edición multipista. Reducción de ruido. Ecualización básica. Compresión moderada. Música de entrada y salida. Exportación en WAV y MP3.

https://doi.org/10.52495/c14.emcs.51.c55

Tabla 2. Evaluación.

Criterio	Peso
Claridad narrativa	20%
Calidad de voz	20%
Edición sonora	20%
Diseño de estructura	20%
Presentación final	20%

Caso Práctico 4. Campaña audiovisual para redes sociales

—*Contexto*
Una institución universitaria desea difundir una campaña sobre uso responsable de la Inteligencia Artificial en el aula.
—*Producto final*
Campaña compuesta por: 1 vídeo principal de 90 segundos. 3 reels de 30 segundos. 5 piezas gráficas. 1 guion de publicación para LinkedIn. 1 plan de difusión semanal.
—*Objetivo comunicativo*
- Promover el uso ético, crítico y transparente de herramientas de IA en estudiantes universitarios.

—*Mensajes clave*
La IA puede ayudar, pero no sustituye el aprendizaje.
Todo uso de IA debe declararse.
El pensamiento crítico sigue siendo esencial.
La creatividad humana continúa siendo central.
—*Tono*
Didáctico, cercano y profesional.
—*Actividad con IA*
El alumnado debe utilizar IA para generar tres propuestas de campaña y luego justificar por qué acepta, modifica o descarta cada una.

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.