

Nuevas tendencias en la cultura audiovisual: ¿qué veremos a corto y medio plazo?

Noticias 24hs | 02-04-2025 | 15:02



Estamos en la era de la imagen, de lo inmediato y viral, de la comunicación masiva; hoy, la cultura audiovisual ha adquirido un peso específico en nuestra cotidianeidad. Y las redes sociales tienen mucho que ver con esta realidad que vivimos. Dicha manifestación cultural, como conjunto de medios y herramientas que difunden los mensajes, ha manifestado una potente transformación en las dos últimas décadas.

Se trata de un avance que, lógicamente, no se detiene e incorporará nuevos elementos y tendencias. En un marco tan cambiante, es difícil adelantarse a lo que vendrá; máxime, cuando las preferencias del público evolucionan a toda velocidad. Pero vamos a intentar señalar algunas de las que podríamos ver a corto y medio plazo.

Streaming: contenidos más locales y personalizados

El streaming está adquiriendo una gran relevancia en la cultura audiovisual de nuestros días. Los contenidos son muy variados y conectan bien con el público. Hemos visto como el casino en vivo ha ganado terreno en su sector. También las plataformas de series y películas, en este formato, representan una alternativa cada vez más potente a la televisión tradicional y las salas de cine. En las redes, las emisiones de podcasts han encumbrado a nuevas estrellas mediáticas.

La presencia del streaming va a seguir creciendo, sin duda, pero tal vez veamos algunas novedades. El espectador valora aquel contenido que le toca más de cerca, por lo que las producciones locales ganarán importancia, sean del estilo que sean, desde los deportes hasta las entrevistas o la actualidad. La cultura y las circunstancias del usuario acaban imponiéndose cuando elige lo que quiere visualizar y oír.

Pero, además, las nuevas herramientas tecnológicas aportarán innovadoras posibilidades para que la experiencia del receptor sea más a su gusto. Nos referimos a la personalización, tanto de contenidos como de sugerencias, a través de la inteligencia artificial. Este recurso permite estudiar a fondo sus costumbres y preferencias, por lo que la oferta es más ajustada a estos parámetros.

Formatos optimizados y cómodos

¿Se está produciendo una progresiva sustitución de la imagen por el video en las redes sociales? Tal vez sea muy aventurado afirmar algo así; especialmente, con la cantidad de éstas que circulan en las plataformas de mensajería. Pero es cierto que el video ocupa una parte importante de los contenidos y que redes como TikTok sigue acumulando miles de usuarios.

Precisamente, este estilo de contenido audiovisual de corta duración se ha universalizado, teniendo un gran éxito entre los consumidores. Siguen existiendo otras producciones más largas, como las entrevistas; pero, incluso en estos casos, se editan pequeñas 'píldoras' breves para la audiencia. En YouTube se pueden encontrar muchos ejemplos al respecto.

Por otra parte, la optimización para dispositivos como el móvil se ha convertido en algo esencial. El teléfono es el aparato más utilizado para acceder a la red y este fenómeno afecta, también, a la producción audiovisual, con creaciones en formato vertical, para que sean más cómodos. De nuevo, TikTok, con sus contenidos breves y dinámicos, son un caso paradigmático. Y todo parece indicar que irá en aumento durante este 2025.

¿Accesorios para consumir cultura audiovisual?

¿Ha llegado, realmente, el tiempo de la RV y la RA? Ciertamente es que los videojuegos con realidad virtual ya están entre nosotros. Pero su generalización en diversos ámbitos tecnológicos se intuye, todavía, algo lejana. Sin embargo, sus posibilidades son innegables, aunque, tal vez, sea la realidad aumentada la que tendremos a mano antes. Diversos gurús de lo digital parecen tenerlo claro: es un potente candidato a sustituir al móvil como herramienta en el día a día.

La RA permite añadir información complementaria, comandos, interacción y muchas más opciones en el consumo de contenidos audiovisuales. Eso sí, probablemente, con la utilización de accesorios, algo que puede representar un obstáculo en muchos usuarios. Aún así, el formato interactivo y la capacidad inmersiva son demasiado atractivos como para ignorarlos, como también la creatividad que acompañará a estas experiencias; por tanto, resulta casi imprescindible no incluirla como tendencia de pleno derecho.