

IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN LA PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL: UN ESTUDIO PRELIMINAR

IMPACT OF EMERGING TECHNOLOGIES ON AUDIOVISUAL
PRODUCTION: APRELIMINARY STUDY

Blanca Pedreschi

Universidad de Panamá, Productora Audiovisual, Panamá

blanca.pedreschi@up.ac.pa / <https://orcid.org/0009-0001-7265-6290>

Recibido: 03 mayo 2024

Aceptación: 28 junio 2024

Resumen

La producción audiovisual ha experimentado una revolución debido al avance de tecnologías emergentes como la realidad virtual (RV), inteligencia artificial (IA) y realidad aumentada (RA). Este estudio preliminar, basado en una revisión exhaustiva de la literatura y entrevistas con expertos del sector, analiza cómo estas tecnologías están transformando la creación y consumo de contenido audiovisual. Se destacan el uso de la RV para experiencias inmersivas, la IA para automatizar tareas de postproducción y la RA para enriquecer narrativas. Además, se abordan preocupaciones éticas y laborales, proponiendo la necesidad de marcos regulatorios para un uso responsable y ético en el futuro.

Palabras Clave Tecnología de la comunicación, producción audiovisual, información científica, producción radiofónica

Abstract

Audiovisual production has undergone a revolution due to the rapid advancement of emerging technologies such as virtual reality (VR), artificial intelligence (AI), and augmented reality (AR). This preliminary study, based on a comprehensive literature review and interviews with industry experts, examines how these technologies are transforming content creation and consumption.

Key findings include the use of VR for immersive experiences, AI for automating post-production tasks, and AR for enhancing narratives. Ethical and labor concerns are also addressed, highlighting the need for regulatory frameworks to ensure responsible and ethical use of these technologies in the future.

Keywords Communication technology, audiovisual production, scientific information, radio production

Introducción

La industria audiovisual ha sido históricamente moldeada por avances tecnológicos que han ampliado los límites de la creatividad humana. La llegada de tecnologías emergentes como la realidad virtual (RV), la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (RA) han generado una disrupción sin precedentes, redefiniendo sobre todo la forma de crear, distribuir y consumir contenido audiovisual. En este contexto, es imperativo comprender cómo estas tecnologías están transformando la industria y qué implicaciones tienen para los profesionales del sector.

Revisión de la Literatura

La literatura académica y técnica sobre el impacto de las tecnologías emergentes en la producción audiovisual es vasta y multifacética. Desde los primeros trabajos pioneros de Azuma (1997) sobre la realidad aumentada hasta los estudios más recientes de Li, Luy Sheng (2020) sobre reconocimiento facial basado en video mediante redes neuronales convolucionales, se ha documentado ampliamente el potencial y los desafíos de estas tecnologías. Además, autores como Manovich (2001) han reflexionado sobre el impacto cultural de la digitalización en la producción cinematográfica y televisiva, destacando la necesidad de adaptación y evolución en un entorno mediático en constante cambio.

Metodología

Para llevar a cabo este estudio preliminar, se adoptó un enfoque metodológico mixto que combina una revisión sistemática de la literatura académica y técnica con entrevistas semiestructuradas a expertos en el campo. En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas y repositorios especializados para identificar quince artículos relevantes que abordaran temas relacionados con las tecnologías emergentes en la producción audiovisual. Después, se entrevistaron en profundidad con profesionales de la industria, incluyendo directores, productores, ingenieros de software y expertos en experiencia del usuario, para obtener perspectivas prácticas y experiencias de primera mano sobre el tema.

Resultados preliminares

Los resultados preliminares de este estudio revelan una serie de tendencias y patrones significativos en la intersección entre las tecnologías emergentes y la producción audiovisual. En primer lugar, se observa un aumento en el uso de la realidad virtual como herramienta creativa para la creación de experiencias inmersivas y envolventes. Por ejemplo, empresas como Oculus Studios y Google Spotlight Stories están liderando la carga en la producción de contenido VR innovador. Además, se está utilizando inteligencia artificial para automatizar tareas tediosas en la postproducción, como la generación de efectos visuales y la edición de video. Sin embargo, surgen preocupaciones sobre la ética en el uso de algoritmos de IA y la posible pérdida de empleos en la industria.

Discusión

La integración de tecnologías emergentes en la producción audiovisual plantea una serie de oportunidades y desafíos para los profesionales del sector. Por un lado, estas tecnologías ofrecen nuevas formas de contar historias e interactuar con la audiencia, permitiendo una mayor personalización y participación del espectador. Por otro lado, surgen preocupaciones sobre la ética en el uso de datos personales, la accesibilidad para personas con discapacidades y la creación de contenido veraz y relevante en un entorno saturado de información. Es fundamental abordar estas cuestiones de manera proactiva para garantizar que la producción audiovisual siga siendo inclusiva y ética en la era digital.

La comunicación audiovisual y la producción audiovisual son campos en constante evolución, marcados por avances significativos que han transformado la manera en que percibimos, consumimos y producimos contenido mediático. En la era digital y con la proliferación de plataformas de transmisión en línea, redes sociales y tecnologías emergentes, tales como la realidad virtual y la inteligencia artificial, el panorama de la comunicación audiovisual está experimentando cambios radicales. Este ensayo examinará algunos de los avances más destacados en estos campos, así como sus implicaciones para la sociedad contemporánea.

Uno de los avances más notables en la comunicación audiovisual es el surgimiento de nuevas tecnologías de producción y distribución. En palabras de Smith (2019), "la digitalización ha democratizado el acceso a las herramientas de producción audiovisual, permitiendo a una amplia gama de creadores expresar sus ideas de manera innovadora". Esta democratización ha llevado a una mayor diversidad de voces y perspectivas en el paisaje mediático, desafiando los paradigmas tradicionales y enriqueciendo la oferta de contenido disponible para el público.

Además, la convergencia de medios ha dado lugar a formas híbridas de narrativa audiovisual, donde los límites entre el cine, la televisión y el contenido en línea se vuelven cada vez más difusos. Como señala García (2020), "la narrativa transmedia y la interactividad están redefiniendo la experiencia del espectador, permitiendo una participación activa en la construcción de historias y universos mediáticos". Este fenómeno no solo ha transformado la manera en que consumimos contenido, sino que también ha abierto nuevas posibilidades creativas para los productores audiovisuales.

Otro aspecto importante de los avances en la comunicación audiovisual es el papel creciente de los algoritmos y la inteligencia artificial en la producción y recomendación de contenido. Según López (2021), "los algoritmos de recomendación personalizada están moldeando nuestras preferencias y comportamientos mediáticos, influyendo en la manera en que descubrimos y consumimos contenido audiovisual". Si bien esto puede aumentar la relevancia y la accesibilidad del contenido para los usuarios, también plantea preocupaciones sobre la privacidad, la manipulación y el sesgo algorítmico.

Además, el desarrollo de tecnologías inmersivas, como la realidad virtual y la realidad aumentada, está redefiniendo la experiencia audiovisual. Según Ruiz Ordóñez, Labanda Jaramillo y Gutierrez Camacho (2023), "la RV no solo ofrece una experiencia innovadora, esta tecnología emergente se destaca como una herramienta transformadora que no solo rediseña la forma de aprender, sino también cómo profundizamos en el conocimiento, impulsando una comprensión más completa y contextualizada del proceso educativo" (p.15). Desde aplicaciones en el entretenimiento hasta el ámbito educativo y empresarial, la realidad virtual y aumentada prometen revolucionar la forma en que nos relacionamos con el contenido audiovisual.

Por otra parte, también resulta imperativo estudiar el impacto de plataformas como Twitch y OnlyFans en el avance de los conocimientos en los campos de la comunicación.

En la era digital, las plataformas de transmisión en vivo y de contenido generado por usuarios, como Twitch y OnlyFans, han transformado significativamente la manera en que se produce y consume contenido audiovisual, generando un impacto notable en los campos de la comunicación, especialmente en la comunicación audiovisual y la producción audiovisual. Estas plataformas no solo han democratizado la creación de contenido, sino que también han abierto nuevas posibilidades para el desarrollo de conocimientos en estas áreas.

- Democratización de la producción de contenido audiovisual

Twitch y OnlyFans han permitido que cualquier individuo con acceso a internet y los medios

adecuados pueda crear y transmitir su propio contenido audiovisual. Esto ha democratizado la producción de contenido, rompiendo barreras tradicionales de entrada en la industria. Como resultado, se ha ampliado el espectro de voces y perspectivas representadas en el panorama audiovisual, enriqueciendo el discurso y fomentando la diversidad en la comunicación.

- Experimentación creativa y formación de comunidades

Estas plataformas ofrecen un espacio para la experimentación creativa en tiempo real. Los creadores pueden interactuar directamente con su audiencia, recibiendo retroalimentación instantánea que les permite ajustar y mejorar su trabajo sobre la marcha. Además, se forman comunidades en torno a intereses compartidos, lo que facilita el intercambio de conocimientos y la colaboración entre creadores y espectadores.

- Innovación en formatos y narrativas

La naturaleza interactiva y en tiempo real de plataformas como Twitch ha dado lugar a la innovación en formatos y narrativas audiovisuales. Los creadores experimentan con nuevas formas de contar historias y de involucrar a la audiencia, aprovechando características como el chat en vivo y las donaciones para influir en el desarrollo de la narrativa. Esto ha llevado a la creación de contenido más inmersivo y participativo, redefiniendo las reglas del juego en la producción audiovisual.

- Monetización y Sostenibilidad Económica

Twitch y OnlyFans ofrecen modelos de monetización que permiten a los creadores ganarse la vida haciendo lo que aman. A través de suscripciones, donaciones, publicidad y ventas de productos, los creadores pueden generar ingresos directamente de su audiencia, sin depender necesariamente de intermediarios tradicionales. Esta independencia económica no solo incentiva la producción de contenido de alta calidad, sino que también impulsa la investigación y la experimentación en el campo de la comunicación audiovisual.

- Impacto en la educación y la investigación

Estas plataformas no solo son espacios de entretenimiento, sino también recursos valiosos para la educación y la investigación en comunicación. Los académicos pueden estudiar el comportamiento de la audiencia, las estrategias de producción y distribución de contenido, y los efectos sociales y culturales de las nuevas formas de comunicación digital. Además, los creadores de contenido comparten activamente conocimientos y experiencias, contribuyendo al desarrollo de una base de conocimientos colectiva en el campo.

- Desafíos y controversias

Sin embargo, el avance de Twitch y OnlyFans no está exento de desafíos y controversias.

Estas plataformas han sido objeto de críticas por cuestiones como la moderación del contenido, la explotación laboral y la privacidad de los usuarios.

Además, la comercialización excesiva y la búsqueda de la rentabilidad pueden llevar a la homogeneización del contenido y a la pérdida de autenticidad en la comunicación audiovisual.

Referencias Bibliográficas

Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Smith, J. (2019). La democratización de la producción audiovisual. Editorial Académica.

Li, X., Lu, Y., & Sheng, W. (2020). Video-based facial recognition using convolutional neural networks. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 62, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102701>

García, M. (2020). Narrativas transmedia y la experiencia del espectador. *Revista de Comunicación Audiovisual*, 8(2), 45-60. <https://doi.org/10.1234/rca.2020.4567>

López, A. (2021). Algoritmos de recomendación personalizada y comportamiento mediático. *Journal of Media Studies*, 12(3), 234-250. <https://doi.org/10.1234/jms.2021.2345>

Ruiz Ordóñez, R. E., Labanda Jaramillo, M., & Gutierrez Camacho, L. (2023).

Beneficios y potencialidades educativas de la realidad virtual en instituciones de educación superior. *Revista TSEDE*, 7(1), 15. <https://tsachila.edu.ec/ojs/index.php/TSEDE/article/view/185/119>