Los Formatos Audiovisuales

Los formatos audiovisuales se refieren al conjunto de características técnicas, narrativas y artísticas que definen cómo se presenta un contenido audiovisual, incluyendo duración, estructura, estilo visual, sonido y plataforma de difusión. No deben confundirse con los géneros, que se centran en el tipo de contenido (como comedia, drama o documental); un mismo género puede adaptarse a distintos formatos según el objetivo y la audiencia.



¿Cuáles son los formatos audiovisuales?

1. **Películas y cine**

El cine es uno de los formatos audiovisuales más icónicos y antiguos. Las películas se proyectan en pantallas grandes en cines y teatros de todo el mundo. Estas obras audiovisuales cuentan historias a través de imágenes en movimiento y sonido, involucrando a los espectadores en narrativas emocionantes y visuales.

El cine ha evolucionado desde las películas mudas en blanco y negro hasta las producciones en 3D y las películas interactivas. La duración promedio de una película es de aproximadamente 96.5 minutos, según datos de 2018. Sin embargo, un estudio sugiere que la duración ideal para una película es de 92 minutos, lo que desafía las convenciones de Hollywood donde las películas suelen durar más de dos horas.



3. Documentales

Los documentales son formatos audiovisuales diseñados para informar y educar al público sobre una variedad de temas. Pueden centrarse en la naturaleza, la historia, la política, la ciencia y muchas otras áreas. Los documentales suelen combinar imágenes reales con narración, entrevistas y música para presentar información de manera efectiva.

La duración de los documentales varía ampliamente, pero generalmente se sitúa entre 10 minutos y 2 horas, dependiendo del tipo y formato.



4. **Publicidad y anuncios comerciales**

Los anuncios comerciales son una forma de formato audiovisual diseñada para promover productos o servicios. Estos cortos vídeos suelen utilizar estrategias persuasivas y creativas para captar la atención del público y fomentar la compra de productos o la adopción de servicios. duración ideal para un spot publicitario

La duración ideal para un spot publicitario varía según el medio en el que se transmitirá. En televisión, los spots suelen tener una duración de 30 segundos a 1 minuto, mientras que en plataformas digitales como YouTube pueden ser de 10 a 15 segundos. La duración debe ser lo suficientemente corta para captar la atención del espectador y transmitir el mensaje de manera efectiva, sin aburrirlo.


Coca-Cola zero
TDK
SAMSUNG
VOGUE
HYUNDAI
BARCLAYS

5. Videojuegos

Los videojuegos son una forma interactiva de formato audiovisual que combina elementos visuales y auditivos. Los jugadores interactúan con el mundo virtual del juego y toman decisiones que afectan el desarrollo de la historia. Los videojuegos pueden ser una forma poderosa de contar historias y ofrecer experiencias inmersivas.

Duración promedio: Los juegos de rol suelen durar entre 50 y 60 horas, mientras que los juegos de mundo abierto pueden requerir al menos 120 horas.

Estimaciones de duración: Plataformas como How LongToBeat permiten a los jugadores consultar la duración de los juegos, basándose en datos reales de la comunidad.
Duración de juegos largos: Algunos de los juegos más largos incluyen "My Time at Portia" con 70,5 horas y "Persona 4" con 72,5 horas.



6. Contenido en streaming

El contenido en streaming se ha vuelto cada vez más popular con servicios como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+. Estos servicios ofrecen una amplia variedad de películas, series de televisión y documentales que los espectadores pueden ver en línea bajo demanda. Esto ha cambiado la forma en que consumimos contenido audiovisual, permitiéndonos ver lo que queremos, cuando queremos.

La duración de las transmisiones en streaming puede variar según la plataforma y el tipo de contenido.
En YouTube, la duración máxima de un evento en vivo es de 48 horas, aunque esto puede depender de la plataforma utilizada.


NETFLIX
Disney+
prime video
HBO max
tv+

7. Videos en redes sociales

Las redes sociales han dado lugar a una proliferación de contenido audiovisual. Los videos cortos, como los que se encuentran en TikTok, Instagram y YouTube, se han convertido en una forma popular de entretenimiento y comunicación. Estos videos pueden ser informativos, humorísticos o creativos, y a menudo se comparten ampliamente en línea.

La duración de los videos en TikTok varía según la versión de la aplicación y el tipo de contenido. A partir de junio de 2024, los videos pueden durar entre tres segundos y 10 minutos. Los videos más largos permitidos son de hasta 10 minutos, aunque la plataforma está experimentando con duraciones de 20, 30 y 60 minutos para algunos usuarios. Además, los videos cortos de 15 segundos y los videos más largos de 60 segundos son populares en la plataforma.


TikTok

8. Transmisiones en vivo

Las transmisiones en vivo permiten a las personas transmitir contenido en tiempo real a través de plataformas como Facebook Live, YouTube Live y Twitch. Esto ha dado lugar a una nueva forma de entretenimiento en la que los espectadores pueden interactuar con los creadores de contenido en tiempo real a través de comentarios y chats.

La duración de las transmisiones en vivo varía según la plataforma:
*Facebook: Las transmisiones en vivo pueden durar hasta 8 horas en dispositivos móviles y 24 horas en computadoras de escritorio.
*YouTube: El límite de duración para transmisiones en vivo es de 12 horas.
*Instagram: Las transmisiones en vivo pueden durar hasta 4 horas.

General: Las transmisiones en vivo suelen ser de entre 30 minutos y 2 horas.
Estos límites pueden variar según las políticas de cada plataforma y las preferencias del usuario.


LIVE!

9. Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA)

La RV y la RA son tecnologías emergentes que han introducido nuevos tipos de formatos audiovisuales. La RV permite a los usuarios sumergirse completamente en entornos virtuales tridimensionales, mientras que la RA superpone información digital en el mundo real a través de dispositivos como gafas inteligentes. Estas tecnologías están transformando la forma en que experimentamos la narración y la información.



10. Podcasts

Los podcasts son programas de audio que los oyentes pueden descargar o transmitir en línea. A menudo, los podcasts exploran una amplia variedad de temas, desde noticias y entrevistas hasta narraciones de historias y discusiones de entretenimiento. Los podcasts han ganado popularidad como una forma de contenido audiovisual que se puede consumir en cualquier momento y lugar.

La duración de un podcast puede variar ampliamente, pero en general, se recomienda que los episodios tengan entre 20 y 45 minutos para mantener el interés de la audiencia.



11. Arte digital y animación

El arte digital y la animación son formas de formato audiovisual que se centran en la creación de imágenes en movimiento a través de la tecnología digital. Los animadores y artistas digitales utilizan software y herramientas especializadas para crear obras visuales dinámicas y atractivas.



12. Vídeos educativos

Los videos educativos se utilizan en entornos educativos y en línea para enseñar conceptos y habilidades. Estos formatos pueden variar desde tutoriales en video hasta conferencias y lecciones en línea. Los videos educativos permiten a los estudiantes aprender de manera visual y auditiva.

La duración ideal de un video educativo varía según el contenido y el público objetivo. Generalmente, se recomienda un video de entre 6 y 12 minutos para mantener la atención y asegurar una alta tasa de finalización. Videos más cortos son más efectivos para el aprendizaje, ya que permiten a los estudiantes absorber información sin sentirse abrumados



Conclusiones

Los formatos audiovisuales son una parte integral de nuestra experiencia mediática y cultural en la sociedad moderna. A medida que la tecnología avanza, continúan surgiendo nuevos tipos de formatos que nos permiten consumir contenido de manera más interactiva, inmersiva y personalizada. Ya sea disfrutando de una película en el cine, viendo un video en línea o participando en una transmisión en vivo, los formatos audiovisuales enriquecen nuestra vida cotidiana y nos conectan con el mundo que nos rodea. La diversidad de estos formatos y las técnicas de producción audiovisual reflejan la creciente importancia de la comunicación visual y auditiva en nuestra sociedad contemporánea.



PRINCIPALES FORMATOS AUDIOVISUALES

corto, medio y largometraje de ficción, corto, medio y largometraje documental, serie, ensayo fílmico, formatos televisivos, videoclip, fashion film, spot, vídeo educativo, vídeo

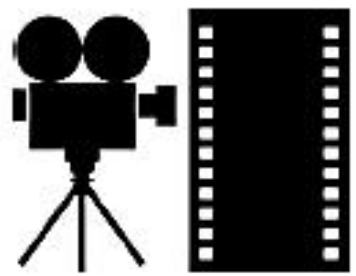
EN PRODUCCIONES AUDIOVISUALES.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES: TIPOS Y CÓDIGOS EXPRESIVOS.

- **INDUSTRIA TELEVISIVA.**
- **INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA.**







CORTOMETRAJES, LARGOMETRAJES, DOCUMENTALES, SERIES DE FICCIÓN, STREAMING (RETRANSMISIONES EN DIRECTO).

GENEROS AUDIOVISUALES





Definición



Se refiere a uno de los grandes grupos en que podemos clasificar los programas o vídeos.
Los géneros en el ámbito audiovisual, tradicionalmente, se refieren a la ficción, la información, el docudrama, el entretenimiento y la publicidad.

Genero Ficción

cuentan una historia inventada, relatada de forma serial. Pueden adoptar el formato de comedia, teledrama, miniserie o película para televisión.





Narra una historia ficcional, relatada de forma serial. Puede ser en formato de comedia, drama televisivo, miniserie o película.

Genero Publicitario

Es persuasivo, su duración es generalmente breve y su permanencia es efímera. Se puede realizar a forma de spots, reportajes de venta directa o televenta, publicity, patrocinios, brand placement o product placement en series de ficción o programas de entretenimiento.

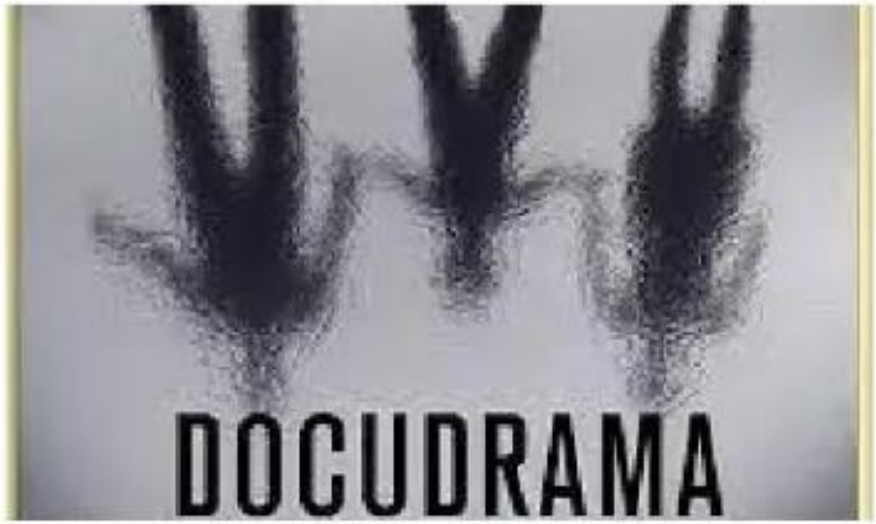




Genero Docudrama

Aborda temas menos profundos, cotidianos y banales, no necesariamente fieles a la realidad.





Le da prioridad al espectáculo y busca convertir al espectador en un voyeur. Los formatos más comunes de este género son el reality show, el talk show, la docuserie, la cámara oculta o los celebrity shows.

Genero Informativo

Posee como referencia hechos reales. Entre los formatos de éste género podemos encontrar el diario o telediario, el reportaje, el documental, el debate o la entrevista.





Se caracterizan por la velocidad y simultaneidad; y se estructuran en secciones. Los programas de información suelen ser: Noticieros, Entrevistas, Debate, Documentales periodísticos.

Genero Entretenimiento

Basan sus contenidos en cuatro conceptos: la sorpresa, el humor, el sentimiento y la emoción. La emoción permite crear implicación del espectador; los sentimientos crean vínculo; el humor y la sorpresa crean expectación.





En esta categoría, encontramos programas como: los magazines, los concursos, los “realitys shows”.

- **Género**: clasificación general de contenidos
- **Formato:** cómo se concretan los géneros

La clasificación de géneros y formatos audiovisuales dependerá del medio audiovisual.

GÉNEROS DE FICCIÓN → Televisivos: sitcom,
GÉNEROS DE FICCIÓN → Cinematográficos

CINEMATOGRÁFICOS:

1. Comedia
2. Musical
3. Drama y melodrama
4. Cine negro
5. Cine fantástico y de terror
6. Cine de aventuras
7. Western
8. Cine bélico

TELVISIVOS:

1. Sit-com
2. Dramedia
3. Serial

GÉNEROS DE NO FICCIÓN → Información / Entretenimiento

(Actualmente estos dos tipos están hibridados)

INFORMATIVOS:

- DIALÓGICOS:
  1. Entrevista
  2. Encuesta
  3. Debate
- TESTIMONIALES:
  1. Editorial
  2. Critica
  3. Crónica
- EXPOSITIVOS:
  1. Noticia
  2. Reportaje
  3. Informe
  4. Documental y docudrama

ENTRETENIMIENTO:

- REALITY-SHOW:
  1. Talent-show
  2. Talk-show
  3. Coaching-show
  4. Game-show
  5. Makeover-show
- CONCURSOS

El **concepto de hibridación** tanto en ficción como en no ficción. Esto permite crear nuevos formatos.

- **Paleotelevisión:** primeras emisiones televisivas
- **Neotelevisión:** aquella que se impone a finales de los ochenta
- **Hipertelevisión:** momento actual

Publicidad y Propaganda

Publicidad y propaganda son dos formas de comunicación persuasoria que se valen de los mismos medios de información de masa y de técnicas análogas. Por eso su diferencia no es siempre fácilmente perceptible. Sin embargo, en este último medio siglo ha tenido un desarrollo creciente, asumiendo un papel capital en sus respectivos sectores: la publicidad en el mundo económico, la propaganda sobre todo en la vida política y social. Su especificación se ha vuelto cada vez más clara. El objeto de la propaganda es de naturaleza político ideológico en orden a obtener (conservar, potenciar) el consenso al ejercicio del poder. El de la publicidad es comercial: suscitar o incrementar la decisión de adquirir un cierto producto o de recurrir a un determinado servicio.

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA



DIFERENCIAS ENTRE
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Nombre	Proviene de "publicitar" (hacer público).	Proviene de "propagar" (difundir ideologías).
Objetivo	Fines comerciales (venta de productos/servicios).	Fines ideológicos (cambio de creencias/valores).
Dimensión	Empresas con objetivos comerciales.	Instituciones políticas, sociales o religiosas.
Contexto	Dirigida a consumidores específicos.	Dirigida a audiencias amplias con enfoque social/político.
Temporalidad	Mensajes a corto plazo, campañas temporales.	Mensajes a largo plazo, impacto duradero.
Técnica de persuasión	Uso de beneficios, emociones y llamados a la acción.	Uso de símbolos, emociones e ideologías de la audiencia.


VS
PUBLICIDAD
PROPAGANDA

Géneros Audiovisuales

- Tradicionales
  - Comercial Spot
  - Argumental
  - Documental
  - Videoclip
  - Informativo
  - Animación
  - Educativo
  - Realities
- Narrativas Web
  - Storytelling
  - Youtube Shorts
  - Sketh
  - Remix
  - Video blog
  - Serie web
  - Tutoriales
  - Gameplay
  - Animación web



Angela Orrego