

# LOS AUDIOVISUALES EN LA COMUNICACION

## EL VALOR SOCIAL

Los medios audiovisuales tienen actualmente un papel tremendo para la transmisión de información que día a día se produce gracias a los innumerables avances tecnológicos los cuales a su vez han aumentado. Una de las dificultades y problemas que se han encontrado por el desarrollo de esta herramienta es la desinformación que se genera gracias a intereses gubernamentales y de los mismos medios de comunicación que son adquiridos por las empresas que tienen el mayor capital.

Los medios audiovisuales en su forma más primitiva, como la pintura rupestre y la escultura, también han sido utilizados para la comunicación y el registro de información. Con el tiempo, la tecnología avanzó y surgieron nuevos medios de comunicación. Uno de los primeros fue la imprenta, inventada por Johannes Gutenberg en el siglo XV, que permitió la producción de libros y la difusión de información a gran escala. En el siglo XIX, la invención del telégrafo y posteriormente del teléfono revolucionó la comunicación a larga distancia. La radio fue inventada a principios del siglo XX, y se convirtió en un medio de comunicación de masas que permitió la transmisión de información y entretenimiento en todo el mundo.

En la década de 1950, la televisión se convirtió en el medio de comunicación más popular del mundo, ofreciendo una experiencia audiovisual completa que permitía a los espectadores ver y escuchar lo que estaba sucediendo en todo el mundo en tiempo real. A medida que la tecnología avanzaba, se desarrollaron nuevos medios audiovisuales, como el video casero, el DVD y el Blu-ray. En la década de 1990, la llegada de Internet y la World Wide Web revolucionó la comunicación y los medios audiovisuales una vez más. La creación de plataformas de intercambio de archivos como YouTube, Vimeo y Dailymotion permitieron a los usuarios compartir videos y otros contenidos audiovisuales en línea.

Los medios audiovisuales y la comunicación se han expandido a través de una amplia gama de plataformas y dispositivos, desde smartphones y tabletas hasta pantallas gigantes de alta definición y realidad virtual. La comunicación visual y auditiva sigue siendo una parte decisiva de nuestras vidas, y los medios audiovisuales siguen evolucionando para satisfacer nuestras necesidades de comunicación y entretenimiento.

Para el diseño industrial o de producto los medios audiovisuales han jugado un papel determinante que ha permitido la comunicación de ideas y de proyectos que hoy en día son cada vez más competitivos e innovadores. Esto ha generado que se realicen trabajos con una gran complejidad, gracias a la participación de especialistas y profesionales de todas partes del mundo que tienen una mayor experiencia en temas específicos y pueden aportar de diversas formas al desarrollo de un proyecto. Lo que para otros puede resultar en parte complejo o desconocido.

En el pasado, la publicidad en periódicos, revistas y televisión influenciaba la percepción del público sobre los productos y servicios, y los diseñadores industriales tenían que tener en cuenta esta influencia a la hora de crear nuevos productos.



Con la llegada de internet y las redes sociales, la influencia de los medios de comunicación en el diseño industrial y de producto se ha ampliado aún más. Las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico permiten a los consumidores ver y comparar productos de todo el mundo, lo que ha llevado a un aumento en la competencia y una mayor presión sobre los diseñadores para crear productos atractivos y funcionales.

Los medios de comunicación también han permitido a los diseñadores industriales llegar a un público más amplio y difundir sus diseños a través de videos y fotografías en línea. Los blogs y las revistas digitales especializadas en diseño industrial y de producto también han permitido a los diseñadores mostrar sus creaciones y promocionar sus productos.

Además, los medios de comunicación han dado lugar a una mayor sensibilidad por parte de los consumidores en cuanto al impacto ambiental y social de los productos que compran. Los diseñadores industriales ahora deben considerar no solo la estética y la funcionalidad de un producto sino también su impacto ambiental y social.

Según lo planteado por Oscar Salinas en La construcción de la Historia en el diseño (2010) en: diseño e historia, tiempo, lugar y discurso, el diseño industrial ha tenido un desarrollo exponencial que no solo gracias a los medios de comunicación, sino a los demás desarrollos tecnológicos ha avanzado y tenido aportes que han cambiado los modelos de producción, de

Lo cual ha permitido que cada vez se generen productos más detallados, especializados, perfilados y en general más avanzados en términos tecnológicos, funcionales y estéticos. De acuerdo a esto, en la industria, analizando el mercado y sus exigencias, se ha determinado la gran cantidad de ventajas que conlleva el pensar en productos que no tengan un impacto ambiental muy grande o que, simplemente, no lo tenga en lo absoluto, resulta ventajoso para las empresas tener el mayor control posible de los productos y residuos que no solo se generan en la producción, sino también, en el transporte, manufacturación, empaçado, desempacado y uso de los productos. Gracias a estos controles las empresas pueden tener mayor claridad de cuáles son los recursos invertidos y cuáles son las formas en las que se pueden disminuir los costos, que de alguna u otra forma se traducen en el impacto generado y la cantidad de actividades desarrolladas.

Según lo planteado por Oscar Salinas en La construcción de la Historia en el diseño (2010) en: diseño e historia, tiempo, lugar y discurso, el diseño industrial ha tenido un desarrollo exponencial que no solo gracias a los medios de comunicación, sino a los demás desarrollos tecnológicos ha avanzado y tenido aportes que han cambiado los modelos de producción, de planeación y de investigación. Lo cual ha permitido que cada vez se generen productos más detallados, especializados, perfilados y en general más avanzados en términos tecnológicos, funcionales y estéticos.

De acuerdo a esto, en la industria, analizando el mercado y sus exigencias, se ha determinado la gran cantidad de ventajas que conlleva el pensar en productos que no tengan un impacto ambiental muy grande o que, simplemente, no lo tenga en lo absoluto, resulta ventajoso para las empresas tener el mayor control posible de los productos y residuos que no solo se generan en la producción, sino también, en el transporte, manufacturación, empaçado, desempacado y uso de los productos.

Gracias a estos controles las empresas pueden tener mayor claridad de cuáles son los recursos invertidos y cuáles son las formas en las que se pueden disminuir los costos, que de alguna u otra forma se traducen en el impacto generado y la cantidad de actividades desarrolladas.

Los medios de comunicación hoy en día son una herramienta indispensable que al entender el comportamiento de los consumidores, permite que los productos, bienes y servicios sean comunicados a la audiencia de forma que influyan en la forma en la que se comporta el mercado. Esto resulta en una responsabilidad para los diseñadores, quienes deben decidir cuál es el uso y los mensajes que se quieren transmitir al consumidor, televidente, usuario, etc.

Mediante el análisis del comportamiento y la transmisión de mensajes, los cuales tienen una gran carga emocional, las personas pueden verse altamente influenciadas para tomar la decisión de comprar un producto, es por eso que el papel de los diseñadores industriales al momento de usar estas herramientas audiovisuales es altamente delicado y es un tema que aún tiene muchos vacíos en cuanto a controles que garanticen una comunicación transparente que proporcione claridad para la toma de decisiones de los consumidores.

# COMUNICAR PARA CONECTAR

“

La comunicación configura el territorio. Las redes dan sentido al espacio vivido. En algunos pueblos el mecanismo de conexión han sido las plantas sagradas y la palabra, en otros, la narración musical de los juglares opera como agente vinculante entre comunidades, regiones e individuos. Simultáneamente, los medios masivos han unido el territorio nacional mediante tecnologías digitales como las usadas en los computadores o las analógicas de la radio. Estas invenciones y practicas coexisten y propician intercambios, tejidos, vocabularios y diversas formas de construcción social del espacio.”



Museo  
Nacional  
de Colombia



JUAN SEBASTIAN  
GALINDO

**MOTOROLA BAG PHONE**