

Función del Diseño Audiovisual

El diseño audiovisual es un beneficio adicional en la comunicación que enriquece el mensaje de aquello que quiere representar. Sin embargo, no es sólo una imagen agradable, sino que también cumplen una serie de funciones para que el mensaje sea aún más efectivo: Empecemos con la:

Organización

El diseño audiovisual tiene como tarea mostrar la información de manera coherente y organizada, es decir, tiene que dirigir el contenido de aquello que representa de forma que tenga un inicio introductorio de lo que se viene, un hilo conductor que conecte las secciones o partes internas, como por ejemplo los títulos de apertura, transiciones y créditos al final de cada audiovisual.

Información

Al ser un sistema de signos, el diseño audiovisual tiene la capacidad descriptiva que ningún otro medio tiene.

“Puede hacer visible y comprensible aquello que de otra manera no podríamos visualizar, usando distintos procesos que pueden ser simultáneos, como la simbolización de la realidad, la esquematización y la síntesis informativa” (Ràfols, 2003, p.12). Para que la información se recete de forma clara es necesario que este diseñada de manera específica para el grupo objetivo al cual queremos dirigir el mensaje y respetar los tiempos que el espectador necesita para entenderla.

El sonido representado en voz en off y las imágenes son algunas de las herramientas que ayudarán a que la información se comprenda de manera más precisa.

Persuasión

La persuasión busca despertar la curiosidad del espectador; atrayendo su atención para así influir en la toma de decisiones, además, busca una relación emotiva utilizando la estética como su principal herramienta, debido a que las cosas consideradas como bellas atraen más miradas. La persuasión busca apelar a los deseos del público ofreciendo al espectador lo que desea (Ràfols, 2003). Elementos como el color, la iluminación, los efectos especiales, entre otros recursos, pueden ayudar a que un audiovisual sea más llamativo.

Simbolización

“El diseño audiovisual sirve para asociar conceptos abstractos (como calidad, nuevo, mejor, necesario, divertido, etc.) a un determinado producto o servicio”. (Ràfols, 2003, p.12). Esto logra que el espectador se identifique con ellos y los asocie a las marcas que normalmente consume en un mundo de símbolos y referentes. Por ejemplo, cuando estamos comprando Coca Cola ya no solo estamos comprando una bebida gaseosa sino además felicidad. El audiovisual cuenta con recursos como el color, el sonido, el movimiento, las imágenes para asociar su contenido a ciertas significaciones en particular.

Bibliografía o Referencias

Ràfols, Rafael. Colomer, Antoni. El diseño audiovisual. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2003