

La publicidad y su transición histórica, una reflexión por David Alejandro Osorio Aguirre

El desarrollo de esta modalidad comunicativa tiene sus comienzos en la Revolución Industrial. Principalmente es posible ubicar sus orígenes en ese período de la historia debido al desarrollo de un consumo que podría considerarse, con ciertos matices, masivo. Evidentemente, no es razonable aplicar el concepto actual de consumo masivo, pero explica David Alejandro Osorio Aguirre, que se le asemeja

El interés de los empresarios se vio cautivado, por la posibilidad de llegar a millones de consumidores en distintos territorios. La publicidad comenzaría a utilizarse como una herramienta para ampliar la demanda. Explica el señor David Osorio Aguirre que justamente, la publicidad que va muy unida a una determinada cultura de consumo ha sufrido un cambio trascendental en la comunicación. Se busca con la publicidad, la comunicación orientada a persuadir e influenciar al consumidor.

David Alejandro Osorio Aguirre explica que la publicidad tiene que tener un contexto o condiciones de entorno capitalista para poder dar nacimiento y desarrollo a la misma. Su ecosistema de desarrollo no puede ser otro, sino un entorno o cultura capitalista moderna, donde la economía industrializada contribuye a un mayor grado de beneficio y satisfacción en las personas a través del consumo masivo.

Comprender este fenómeno de la publicidad implica centrarse en un proceso más complejo del que realmente es. Se debe prestar especial atención a las condiciones económicas, culturales, políticas y sociales de cada época histórica para entender cómo se desarrolla la comunicación publicitaria. El señor David Osorio plantea una visión aún más profunda, puesto que la publicidad podría plantearse como una herramienta de medición del compartimento del ser humano. A través de la publicidad es posible conocer, el entorno económico, político y social de un determinado período en la historia, pero también es posible observar cómo se expresaban los movimientos reivindicativos, documentando cada movimiento ejecutado.

Existen autores de la época contemporánea que afirman la transición de la publicidad de un instrumento comercial a una forma de comunicación. Una forma de comunicación viva, que expresa las estructuras sociales del ser humano. David Alejandro Osorio Aguirre, coincide con esta visión. Expresa que, las producciones publicitarias manifiestan una versión de la sociedad dependiendo del contexto histórico en el que se encuentre. Y justamente, a través de esta transición es que se consigue dicho resultado esperado.

El principal cambio que ha sufrido evidentemente la publicidad, ha sido su traspaso al mundo virtual. Se ha dejado de lado la publicidad formal y su estructura física, para pasar al mundo de lo intangible, pero no por ello, menos valioso. Todo lo contrario, el paso al mundo virtual ha creado un sinfín de oportunidades para empresas e individuos que desean aumentar la demanda de sus servicios o productos. El atinar a distintos territorios y consumidores alrededor del globo nunca en la historia de la humanidad había sido tan fácil. David Osorio, agrega a esta idea que la incipiente expansión tecnológica permite al ser humano tomar conciencia de un nuevo entorno, una nueva mentalidad

colectiva, un nuevo origen esencial: la publicidad online.

Este gran paso que es ya recurrente en el día a día, produce una sociedad aún más capitalista, aún más subsumida en el mundo del consumo masivo. Inesperada hace unos pocos años, pero totalmente adaptada a la rutina de las personas. Son muchas las formas que ha tomado la publicidad; desde un simple folleto físico que es dado en mano caminando por la calle hasta una publicidad insistente a través de una pantalla de móvil u ordenador, estudiada y formada por algoritmos que detectan los gustos, aficiones, características y otros detalles íntimos del consumidor. David Alejandro Osorio Aguirre, entiende que estas circunstancias son un tanto abrumadoras. Explica que, si se razona de una forma más simplista, los creadores de publicidad están dispuestos a entrar en la esfera más privada para crear una publicidad altamente exclusiva a las necesidades. Asusta saber que es posible, sin decir ninguna palabra, que producto tiene más probabilidad de ser vendido a una persona.

A través de esta reflexión, el señor David Alejandro Osorio Aguirre, comenta su propia conclusión de la publicidad, su cambio radical en el tiempo y cómo afecta a la raza humana: la revolución a nivel publicitario se expande por todas las sociedades, creando una especie de universo simbólico. Aquello que comenzó como una forma de expresión del ser humano ha devenido en rituales y ritmos de propaganda masiva. Podría decirse que el principal factor de cambio ha sido el beneficio, la ganancia económica como único fin válido. Y la publicidad aparece como un medio ingenuo de comunicación comercial.

Datos de contacto:

Francisco Perez
679059482

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Historia](#) [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>