

Revista Académica CUNZAC



Recibido: 30/06/2023
Aceptado: 12/07/2023
Publicado: 15/07/2023

Artículo científico

La comunicación, diseño, ciencias auxiliares y tendencias para sustentar el diseño de piezas gráficas digitales

Communication, design, auxiliary sciences and trends to support the design of digital graphic pieces

Julio César Ayala

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Universidad Galileo de Guatemala

julioayalav10@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-2905-2990>

Referencia del artículo

Ayala, J. C. (2023). La comunicación, diseño, ciencias auxiliares y tendencias para sustentar el diseño de piezas gráficas digitales. Revista Académica CUNZAC, 6(2), 149–159. <https://doi.org/10.46780/cunzac.v6i2.109>

Resumen

PROBLEMA: para desarrollar un proyecto de diseño gráfico es necesario conocer conceptos para la efectividad del proyecto. **OBJETIVO:** identificar conceptos de comunicación, diseño, ciencias auxiliares y tendencias para sustentar el diseño de piezas gráficas digitales. **MÉTODO:** revisión de literatura, con el enfoque hermenéutico descriptivo. **RESULTADOS:** la comunicación es importante porque con ellas se transmite el mensaje de los productos que ofrece los clientes reales y potenciales. Diseño es un elemento para transmitir ideas y los conceptos a los clientes por ello se crea una armonía dentro de las piezas creadas. Las ciencias ayudan a sustentar las bases sobre el tema del proyecto, tanto como la psicología del color, la matemática, semiología y la estadística que son un pilar fundamental que sustentan el proyecto. El arte es una fuente de inspiración la cual ayuda a crear composiciones únicas destinadas para el desarrollo del proyecto, como fotografía y el dibujo para la conceptualización del proyecto. La teoría del color es fundamental porque ayuda a comprender la forma en que las personas perciben los colores y las emociones agregadas a estos, también la teoría del recorrido visual como crear una guía en el diseño desde el punto inicial que se quiera enfocar la información. Las tendencias

son formas de inspiración las cuales ayudan a crear nuevas composiciones con diversidad de tipografías, colores y patrones los cuales ayudan a mejorar las composiciones o artes finales. **CONCLUSIÓN:** fundamentalmente estos elementos se relacionan y se aplican en el diseño de piezas gráficas digitales efectivas y atractivas entre saberes, experiencias, técnicas, métodos y metodologías de investigación. Esta apuesta lleva en sí misma el imprinting de la complejidad y de la transdisciplinariedad y en conjunto le apuestan a propiciar deconstrucciones entre los múltiples modos en que lo educativo se pone en escena en diversos tipos de relación e intercambio de saberes.

Palabras clave: comunicación, diseño, ciencias auxiliares, tendencias, diseño gráfico.

Abstract

PROBLEM: to develop a graphic design project it is necessary to know concepts for the effectiveness of the project. **OBJECTIVE:** identify concepts of communication, design, auxiliary sciences and trends to support the design of digital graphic pieces. **METHOD:** literature review, with the descriptive hermeneutic approach. **RESULTS:** communication is important because it transmits the message of the products offered by real and potential customers. Design is an element to transmit ideas and concepts to clients, which is why harmony is created within the pieces created. The sciences help to support the bases on the topic of the project, as well as color psychology, mathematics, semiology and statistics, which are a fundamental pillar that supports the project. Art is a source of inspiration which helps create unique compositions intended for the development of the project, such as photography and drawing for the conceptualization of the project. Color theory is fundamental because it helps to understand the way in which people perceive colors and the emotions added to them, as well as the theory of the visual journey as creating a guide in the design from the initial point where the information is to be focused. Trends are forms of inspiration which help create new compositions with a diversity of fonts, colors and patterns which help improve the final compositions or arts. **CONCLUSION:** fundamentally these elements are related and applied in the design of effective and attractive digital graphic pieces.

Keywords: communication, design, auxiliary sciences, trends, graphic design.

Introducción

La comunicación visual desempeña un papel fundamental en el mundo contemporáneo, donde la información fluye constantemente a través de diversos medios digitales. En este contexto, el diseño de piezas gráficas digitales se ha convertido en una herramienta esencial para transmitir mensajes, generar impacto y cautivar al público objetivo. Para lograrlo con éxito, es crucial comprender no solo los aspectos estéticos del diseño, sino también las ciencias auxiliares y las tendencias que sustentan este proceso creativo.

El diseño de piezas gráficas digitales va más allá de simplemente crear imágenes atractivas; implica una profunda comprensión de la comunicación visual, la psicología del color, la tipografía, la usabilidad, la accesibilidad y la interacción. Además, se debe estar al tanto de las tendencias actuales en diseño digital, que evolucionan constantemente debido a los avances tecnológicos y las cambiantes preferencias de los consumidores.

En este artículo, se conocerá cómo la comunicación, el diseño, las ciencias auxiliares y las tendencias se entrelazan y complementan en el proceso de crear piezas gráficas digitales efectivas y atractivas. Esto incluye la importancia de la estrategia de comunicación, la investigación de mercado, la adaptación a diferentes plataformas y la capacidad de sorprender y emocionar a través del diseño. Así, podremos comprender mejor cómo el diseño de piezas gráficas digitales se ha convertido en una herramienta poderosa en el panorama actual de la comunicación visual y cómo podemos aprovechar su potencial al máximo.

Resultados y discusión

La comunicación es el proceso de transmitir información, ideas, pensamientos o sentimientos de una persona o entidad a otra, ya sea de manera verbal, escrita, visual o a través de otros medios. En el contexto del diseño de piezas gráficas digitales, la comunicación implica la capacidad de transmitir un mensaje claro y efectivo a través de elementos visuales y de texto. Es importante porque con ellas se transmite el mensaje de los productos que ofrecen los clientes reales y potenciales y obtiene un beneficio de esta simplicidad.

Conceptos relacionados con la comunicación

Comunicación

Es la transmisión de información entre dos o más individuos. Los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, ya sean señales químicas, sonidos o gestos. Sin embargo, la capacidad para transmi-

tir significados complejos a través del lenguaje distingue a la comunicación humana de otras formas de comunicación animal (Equipo editorial, 2022).

Importancia de la comunicación

Sin comunicación no existirían la sociedad, el conocimiento ni la cultura. En la medida en que permite el intercambio de ideas y el acceso a diversos puntos de vista (Equipo editorial, 2022).

Tipos de comunicación

La comunicación puede clasificarse de acuerdo a los mecanismos que emplea para transmitir el mensaje.

Comunicación no verbal. Es aquella que no depende de la palabra para transmitir su mensaje, sino de gestos, movimientos o sonidos. La comunicación de los animales está en esta categoría, así como el llamado “lenguaje corporal” de los seres humanos. (Equipo editorial, 2022).

Comunicación verbal. Es aquella que se da mediante la palabra, o sea, mediante signos lingüísticos. Puede ser oral o escrita.

Comunicación oral. Es la que se realiza a través de la palabra hablada, ya sea cara a cara o a través de algún medio auditivo, como el teléfono, los mensajes de voz o la radio.

Elementos de la comunicación

En la comunicación se puede distinguir una serie de elementos o factores. Estos elementos son inherentes al proceso comunicativo, y si falta uno de ellos, la comunicación no se produce.

Emisor. Es el que inicia el acto comunicativo, a través de la producción y transmisión de un mensaje. Por ejemplo: un hablante, un locutor de radio o un animal que gruñe.

Receptor o destinatario. Es el que capta el mensaje y es capaz de decodificarlo, comprenderlo, y recomponer así el mensaje.

Mensaje. Es la información misma que se transmite, sea del tipo que sea. Por ejemplo: una petición de ayuda, una publicidad radial o una advertencia de un animal a otro de que está traspasando territorio ajeno.

Código. Es el sistema de signos y reglas utilizado para elaborar el mensaje. El lenguaje, oral u escrito, es el principal código utilizado por los seres humanos, pero no es el único.

Canal. El canal de comunicación es el medio físico empleado para transmitir el mensaje. Remite tanto al fenómeno natural (aire, luz, sonido) como al dispositivo tecnológico empleado (papel, radio, televisión).

Contexto. Es la situación o el conjunto de circunstancias en el que se produce la comunicación y que influyen en la producción del mensaje y en su recepción e interpretación (Equipo editorial, 2022).

Funciones de la comunicación

Según el receptor o la razón del mensaje, estas pueden ser:

Función informativa. Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real.

Función formativa. Cuando se propone incidir sobre el receptor con fines pedagógicos o de enseñanza, para transmitir hábitos, ideas o convicciones.

Función persuasiva. Cuando busca convencer al interlocutor de que adopte un punto de vista o que lleve a cabo algún tipo de acciones determinadas.

Función expresiva. Cuando la comunicación está centrada en la transmisión de impresiones subjetivas, sentimientos o emociones.

Función estética. Cuando se busca comunicar un mensaje que provoque un placer estético, como ocurre con la poesía y, en general, el arte.

Función de integración social. Cuando el objetivo primordial de la comunicación es establecer un vínculo con otro u otros individuos. (Equipo editorial, 2022).

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

El diseño se refiere al proceso creativo de planificar y configurar elementos visuales, estructuras y contenido con el propósito de lograr un objetivo específico. En el diseño gráfico, esto implica la creación de piezas visuales que sean estéticamente atractivas, funcionales y que cumplan con los objetivos de

comunicación, generalmente a un proceso de prefiguración mental, es decir, de planificación creativa, en el que se persigue la solución para algún problema concreto, especialmente en el contexto de la ingeniería, la industria, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines (Editorial Etecé, 2021).

Diseño Gráfico

Se trata de la creación y proyección de objetos gráficos: ilustraciones, composiciones, logotipos, imágenes, tipografías, etc., empleados en diversas industrias y medios de comunicación masiva, atendiendo a aspectos estéticos, comunicacionales y simbólicos (Equipo Editorial Etecé, 2021).

Tipos de Diseño

Diseño es otro elemento para transmitir las ideas y los conceptos a los clientes por ello se crea una armonía dentro de las piezas creadas, para que visualmente pueda ubicar el producto o servicio, este caso con ayuda de programas de edición y manipulación de imágenes se crean composiciones visuales para comunicar las ideas.

El diseño publicitario. Se especializa en la labor creativa detrás de la publicidad y el mercadeo de productos y servicios de consumo, creando así anuncios, propagandas o ilustraciones comerciales.

El diseño corporativo. Se especializa en la creación de motivos gráficos empresariales, como logotipos, empaquetados e ilustraciones que reflejan la identidad corporativa de una empresa u organización (Equipo Editorial Etecé, 2021).

Diseño de gráficos en movimiento. Este diseño permite que se puedan crear contenidos audiovisuales que no implican una gran inversión de recursos. En los últimos años ha tenido un gran impulso y podemos verlo en acción en videos de animación para presentaciones, secuencias de títulos en películas, presentaciones empresariales, tutoriales, videojuegos, GIF animados, entre otros (Terreros, 2022).

Elementos del Diseño

Los elementos visuales que vamos a combinar para crear en diseño gráfico son: la línea, la forma, el objeto, el espacio, la tipografía, la textura y el color según Llasera (2020).

La Línea. Es el elemento visual básico de todo grafismo, que no deja de ser una sucesión de puntos,

conectando la trayectoria de un punto a otro. Cuando trabajamos con líneas debemos prestar atención a cualidades como el grosor, el color, la textura y el estilo. Estas cualidades pueden tener un gran impacto en cómo se percibe tu diseño, así que debemos tenerlas bien controladas.

La forma. es un espacio cerrado y plano, limitado a dos dimensiones, que se mide por anchura y altura.

El objeto. Para poder crear la ilusión de profundidad y realzar el volumen de un objeto, hacemos uso de la luz, la sombra y la perspectiva. Básicamente son los equivalentes de las formas, pero con características tridimensionales. Los objetos se miden por su anchura, altura y profundidad.

El espacio. es la distancia o área alrededor o entre los elementos de nuestro diseño. Al trabajar en un diseño, considera no sólo los elementos visuales que vas a incorporar (como las imágenes, tipografías, formas...), sino también cómo vas ordenarlos y agruparlos dentro la composición.

La tipografía. Es uno de los elementos visuales más usados en diseño gráfico. Es una de las formas más directas de comunicar visualmente, con titulares o párrafos.

La textura. Es la cualidad física de una superficie y hace referencia al tacto de un objeto. Ahora, en diseño gráfico está claro que no podemos realmente sentir un objeto, pero a través de la textura sí podemos plasmar la ilusión del tacto.

El color. Juega uno de los mayores papeles en diseño gráfico, ya que el ojo humano puede distinguir hasta 1000 colores aproximadamente. El color es la cantidad de luz que se refleja sobre un objeto, por lo que la luz toma una relevancia muy importante cuando hablamos del color.

Ciencias auxiliares, artes, teorías

Ciencias auxiliares

Las ciencias son una parte fundamental que desarrolla del proyecto puesto nos ayuda a sustentar las bases sobre el tema del proyecto, tanto como la psicología del color, la matemática, semiología y la estadística que serán un pilar fundamental que sustenten el proyecto.

Semiología. Es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor (Equipo editorial Etecé, 2021).

Psicología del consumidor. Estudia el comportamiento humano y se enfoca en su manera de ser como comprador de productos o servicios; es decir, analiza sus preferencias, patrones de compra y costumbres de consumo. También observa sus reacciones y preferencias ante los mensajes y acciones de publicidad. (Terreros, 2022)

Psicología del color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. (García-Allen, 2022)

Cibernética. es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación. Como adjetivo, cibernética alude a aquello vinculado a la realidad virtual y a lo que fue producido o es controlado a través de una computadora (ordenador). (Gardey, 2006)

Matemática. Se define como la ciencia formal y exacta que, basada en los principios de la lógica, estudia las propiedades y las relaciones que se establecen entre los entes abstractos. Este concepto de 'entes abstractos' incluye a los números, los símbolos y las figuras geométricas, entre otros. (Equipo editorial Etecé, 2021)

Estadística. es una disciplina científica formal y deductiva, a menudo considerada rama de las matemáticas, que estudia la variabilidad y las leyes de la probabilidad, a través de herramientas diversas, tanto conceptuales como de muestreo. (Equipo editorial Etecé, 2021)

Arte. Son una fuente de inspiración la cual ayuda crear composiciones únicas destinadas para el desarrollo del proyecto, estas artes son muy influenciadas sobre el proyecto, tal como fotografía y el dibujo para la conceptualización del proyecto.

Fotografía. Técnica y una forma de arte que consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital) (Equipo Editorial Etecé, 2021).

Tipografía. Es la técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar. Es muy útil es el campo de la publicidad o marketing, en donde la parte visual es fundamental al momento de generar una reacción por parte del público (Adrián, 2021).

Teoría. La teoría del color es fundamental pues ayuda a comprender la forma en que las personas perciben los colores y las emociones agregadas a estos, también la teoría del recorrido visual como crear una guía en el diseño desde el punto inicial que se quiera enfocar la información.

Teoría del color. Es un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales (Equipo Editorial Etecé, 2022).

Teoría del recorrido visual. Es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el ‘camino’ que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra se le llama recorrido visual (Bustios, 2020).

Tendencias

En el diseño gráfico, las tendencias pueden referirse a estilos visuales populares, técnicas de diseño innovadoras o cambios en la forma en que se presenta la información. Estar al tanto de las tendencias es importante para mantenerse actualizado y relevante en el mundo del diseño gráfico, ya que los gustos y las preferencias del público pueden cambiar con el tiempo. Además son formas de inspiración las cuales ayudan a crear nuevas composiciones utilizando factores en tendencias que actualmente se encuentran en la época desde las tipografías, composiciones, colores y patrones los cuales ayudan a mejorar las composiciones o artes finales.

Conclusión

El diseño de piezas gráficas digitales se encuentra en el centro de la comunicación visual en la era digital. Para lograr un impacto efectivo y cautivar al público objetivo, es esencial tener en cuenta una serie de elementos interconectados. La comunicación, como base fundamental, debe ser clara y efectiva, transmitiendo mensajes con precisión. El diseño, por su parte, despliega la creatividad y la estética para visualizar estos mensajes de manera atractiva y funcional.

Las ciencias auxiliares, como la psicología del color, la tipografía y la usabilidad, aportan una comprensión más profunda de cómo los elementos visuales y la estructura influyen en la percepción y la experiencia del usuario. Integrar estos conocimientos en el proceso de diseño permite crear piezas gráficas más efectivas y significativas. Además, estar al tanto de las tendencias actuales en diseño digital es esencial para mantenerse relevante y competitivo. Las tendencias reflejan la evolución de las preferencias del público y las oportunidades tecnológicas, y pueden inspirar enfoques creativos innovadores.

En conjunto, la comunicación, el diseño, las ciencias auxiliares y las tendencias forman un conjunto integral que sustenta el diseño de piezas gráficas digitales. Al comprender y aplicar estos conceptos de manera efectiva, los diseñadores pueden crear mensajes visuales poderosos que conecten, informen y emocionen a su audiencia en el cambiante paisaje de la comunicación digital.

Referencias

- Adrián, R. (08 de 08 de 2021). Concepto Deifinición. <https://conceptodefinicion.de/tipografia/>
- Bustios, M. (17 de 05 de 2020). mxfex. Recuperado de <https://mxfex.medium.com/recorrido-visual-15b93e8016a0>
- Equipo Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). Concepto. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/disenio/>
- Equipo editorial. (26 de Mayo de 2022). concepto. Recuperado de <https://concepto.de/comunicacion/>
- Equipo Editorial (06 de 09 de 2020). Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/semiologia/>
- Equipo Editorial (05 de 08 de 2021). Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/matematicas/>
- Equipo editorial, Etecé (05 de 08 de 2021). Concepto. de 2022, de <https://concepto.de/estadistica/>
- Equipo Editoria Etecé (05 de 08 de 2021). Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/fotografia/>
- Equipo Editorial Etecé (13 de 06 de 2022). Concepto. Recuperado de <https://concepto.de/teoria-del-color/>
- García-Allen, J. (04 de 09 de 2022). psicologia y mente. Recuperado de <https://psicologiymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>
- Gardey, J. P. (0 de 0 de 2006). Definición. Recuperado de <https://definicion.de/cibernetica/>
- Llasera, J. P. (27 de Noviembre de 2020). imborrable. Recuperado de <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico>
- Terreros, D. (09 de 03 de 2022). HubSpot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-consumidor>

Sobre el autor

Julio César Ayala

Licenciado en Comunicación y Diseño egresado de la Universidad Galileo de Guatemala, tengo experiencia en diseño y maquetación de revistas científicas, administración de Open Journal Systems OJS en publicación digital de revistas y libros de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Financiamiento de la investigación

Con recursos propios.

Declaración de intereses

Declara no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

Declaración de consentimiento informado

El estudio se realizó respetando el Código de ética y buenas prácticas editoriales de publicación.

Derechos de uso

Copyright© 2023 por Julio César Ayala. Este texto está protegido por la [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](#).



Usted es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar el documento, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de atribución: usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.