

Influencia de las redes sociales en el diseño gráfico

Autor

Juan Manuel Pasos Barrera

Asesor

Juan Fernando Arenas Betancur

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN
2024

CONTENIDO

GLOSARIO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

1. EL PROBLEMA

1.1 Identificación del Problema

1.2 Planteamiento del Problema

1.3 Formulación del Problema

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 Contextualización del Problema

2.2 Importancia Teórica

2.3 Relevancia Práctica

2.4 Originalidad y Novedad

2.5 Viabilidad

2.6 Enfoque Ético

3. LOS OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

3.2 Objetivos Específicos

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco Teórico: Alfabetidad Visual y Estructura Semiótica

4.2 Marco Conceptual

4.3 Antecedentes

4.4 Justificación Teórica

5. METODOLOGÍA

5.1 Fase 1. Marco conceptual y delimitación del problema

5.2 Fase 2. Sistematización del análisis previamente realizado

5.3 Fase 3. Construcción de criterios de diseño (insights de diseño)

5.4 Fase 4. Diseño del Sistema Infográfico

6. RESULTADOS

6.1 Justificación Teórica

6.2 Sistematización del Análisis Visual: El Sistema SIAV

6.3 Operacionalización de la Sintaxis de la Imagen (Módulo Formal)

6.4 Validación Semiótica y Gestáltica (Módulo de Significado)

6.5 Síntesis de los Hallazgos de Diseño

7. RECOMENDACIONES

7.1 Recomendación para la Validación de Efectividad

7.2 Recomendación para el Registro de Percepción Semiótica

7.3 Recomendaciones para la Formación Profesional

8. CONCLUSIONES

8.1 Resolución del Problema: El Equilibrio entre Tendencia y Coherencia

8.2 Impacto en el Crecimiento de Comunidad y Conversión

8.3 Recomendaciones Estratégicas por Nivel de Marca

8.4 Producto Final: El Manual del Sistema Infográfico

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO

Algoritmo: Conjunto de reglas o instrucciones que determinan qué contenido se muestra a los usuarios en redes sociales, basado en sus interacciones, preferencias y tendencias.

Estética digital: Estilo visual desarrollado para plataformas digitales, caracterizado por colores vibrantes, tipografías llamativas, y elementos visuales diseñados para capturar la atención en pantallas pequeñas.

Engagement (Compromiso): Nivel de interacción que un contenido genera en redes sociales, medido a través de likes, comentarios, compartidos y visualizaciones; clave para evaluar la efectividad del diseño gráfico.

Influencers: Personas con gran número de seguidores que afectan tendencias visuales y de diseño a través de sus publicaciones, creando modas estéticas rápidamente adoptadas en el diseño gráfico.

Tipografía social: Tipo de fuente que se populariza en redes sociales por su claridad y adaptabilidad a distintas plataformas y tamaños de pantalla, pensada para captar la atención en poco tiempo.

Interacción visual: Elementos gráficos y de diseño que permiten a los usuarios interactuar (botones, iconos de reacción, sliders, etc.), fundamentales para el diseño orientado a redes sociales.

Branding digital: Estrategias de diseño que fortalecen la identidad de una marca en redes sociales, influenciado por las características de cada plataforma y las expectativas de su audiencia.

Evolución estética: Cambios constantes en las tendencias visuales en redes sociales, impulsados por modas, eventos sociales y culturales, que los diseñadores deben adaptar rápidamente.

Marketing de contenidos: Estrategia que integra diseño gráfico y redes sociales para producir contenido visual que sea informativo, atractivo y orientado a la conversión.

UX/UI para redes sociales: Enfoque en la experiencia y la interfaz de usuario en la creación de contenido para redes sociales, centrado en la facilidad de uso y la efectividad visual para maximizar la interacción del usuario.

Punto: Unidad mínima de atención visual. En identidad de marca, puede entenderse como el foco principal de interés (logo, icono, rostro o producto). Indica dirección o énfasis.

Línea: Trazo que conecta puntos y guía la mirada. En branding, las líneas estructuran la composición y comunican sensaciones (rectas: estabilidad; curvas: dinamismo; diagonales: tensión).

Dirección: Sentido hacia el cual se orientan los elementos. Determina el movimiento visual y la lectura del mensaje.

Forma: Contorno o figura que define objetos. Puede ser geométrica (precisa, racional) u orgánica (natural, expresiva). Las formas del logotipo o de los íconos comunican la personalidad de la marca.

Tamaño/Escala: Relación proporcional entre elementos. Controla jerarquía visual y peso informativo.

Textura: Sensación táctil o visual que aportan las superficies. En diseño digital, se traduce en sensaciones de materialidad (suavidad, rugosidad, profundidad).

Color: Elemento emocional y simbólico del mensaje visual. Transmite estados de ánimo, valores y recordación de marca. La paleta cromática es una de las bases del ADN visual.

Valor/Contraste: Relación entre luces y sombras; define profundidad, volumen y énfasis. En redes sociales, el contraste afecta la legibilidad y atención.

Espacio (positivo/negativo): Área ocupada y no ocupada por los elementos. El uso consciente del espacio aporta claridad, respiración y jerarquía visual.

Equilibrio: Distribución del peso visual dentro del formato. Puede ser simétrico (ordenado, estable) o asimétrico (dinámico, moderno). Refleja la estabilidad o energía de la marca.

Ritmo: Repetición o variación controlada de elementos visuales. Un ritmo constante comunica armonía y continuidad de marca; uno irregular puede expresar informalidad o ruptura.

Proporción: Relación entre dimensiones de los elementos. La proporción coherente garantiza unidad estética. El uso de proporciones específicas (como la áurea) puede reforzar orden visual.

Jerarquía visual: Organización de los elementos según su importancia comunicativa. Dirige la lectura del espectador. En redes, una jerarquía bien construida mejora la retención del mensaje.

Unidad y coherencia: Integración de todos los elementos en un conjunto reconocible. Evalúa si la marca mantiene consistencia en tipografía, color y estilo a través de diferentes piezas

Composición: Disposición general de los elementos en el espacio. Es la estructura sintáctica que articula todos los componentes. Determina la claridad y el impacto de la pieza.

Contraste y armonía: Interacción entre diferentes (tamaño, color, forma) y semejanzas que crean interés visual sin perder cohesión. Una marca fuerte equilibra ambos.

Figura y fondo: Relación perceptiva entre el elemento principal (figura) y su contexto (fondo). Una buena gestión de figura-fondo garantiza legibilidad y foco.

Gestalt (percepción visual): Conjunto de leyes perceptivas que explican cómo el espectador organiza la información visual (proximidad, semejanza, cierre, continuidad). Estas leyes son esenciales para analizar el reconocimiento de patrones visuales de marca.

Dirección de lectura/flujo visual: Trayectoria perceptiva que sigue el ojo; determina la secuencia de comprensión. En redes, el flujo visual puede optimizar la atención en segundos.

Significación visual: Resultado global del mensaje: la manera en que el conjunto de elementos construye sentido, emoción e identidad. Es el punto donde el análisis estructural se convierte en interpretación.

RESUMEN

Esta investigación analiza el impacto de las redes sociales en el diseño gráfico, centrándose en el desafío de equilibrar la adopción de tendencias virales con la preservación de la identidad de marca. El objetivo principal fue diseñar el Sistema Infográfico Analítico Visual (SIAV) como una herramienta metodológica de control y creación. Mediante un enfoque cualitativo, documental y propositivo, se integraron los conceptos de Sintaxis Visual y Semiótica para analizar nueve casos de estudio (M1-M9). Como resultado, se desarrolló un manual operativo y un sistema de matrices que permiten diagnosticar la coherencia sintáctica y semántica de las piezas gráficas. Se concluye que el sistema ofrece una solución práctica para gestionar la imagen digital, transformando la adaptación de tendencias en una estrategia controlada que favorece el posicionamiento y la conversión.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han transformado radicalmente el diseño gráfico, imponiendo un ciclo acelerado de tendencias visuales efímeras que desafían la estabilidad de las marcas. En un entorno saturado de información, los diseñadores enfrentan una tensión crítica: la necesidad de adaptar la imagen corporativa a las modas del momento para mantener la visibilidad, frente al riesgo de diluir la identidad y coherencia de la marca. Este proyecto aborda dicha problemática proponiendo una transición del diseño intuitivo al diseño estratégico. La investigación se fundamenta en la Sintaxis de la Imagen de Donis A. Dondis y el Triángulo Semiótico de Ogden y Richards, utilizando estos marcos teóricos para deconstruir formalmente las tendencias digitales y validar su pertinencia comunicativa.

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La hipótesis que guía este anteproyecto es:

Si las redes sociales continúan siendo una fuente dominante de tendencias visuales y de interacción, entonces los diseñadores gráficos ajustarán sus estilos estéticos y sus estrategias de manera constante para mantenerse al día, generando una evolución acelerada en las herramientas y técnicas utilizadas, lo que permitirá el surgimiento de nuevas tendencias visuales en al menos un 40% de las marcas digitales cada año.

1. EL PROBLEMA

El problema de investigación identificado para la realización de esta investigación es: Las redes sociales imponen tendencias visuales cada vez más eclécticas y efímeras, lo que crea una presión constante para que los diseñadores gráficos adapten las marcas a estos cambios sin comprometer su identidad. Esta investigación aborda el desafío de equilibrar la adaptación a las tendencias fugaces con la coherencia y autenticidad de la marca en el entorno digital.

1.1. Identificación del problema

En Medellín, donde las redes sociales reflejan una cultura visual intensamente creativa y orientada al convencimiento y la venta, las marcas enfrentan el desafío de adaptar su imagen a tendencias fugaces sin perder autenticidad ni funcionalidad. En este contexto, el diseño gráfico en redes sociales no solo debe ser estéticamente atractivo, sino también altamente funcional, dado que la población valora su capacidad para impulsar ventas y percibe estas plataformas como un flujo principal de clientes y oportunidades comerciales. Esta investigación examina cómo, desde el 2022 en adelante, la rápida evolución de tendencias en redes sociales impacta la gestión de imagen de marca en Medellín y cómo los diseñadores equilibran la adaptación a estos cambios con la necesidad de mantener una identidad sólida y un enfoque funcional en la conversión de seguidores en clientes.

1.2. Planteamiento del problema

Tabla 1

Causas y efectos de la aplicación de tendencias en entornos digitales

Causas	Efectos
Rápida evolución de tendencias en redes sociales: Las redes sociales imponen tendencias visuales que	Aumento de la presión sobre los diseñadores gráficos: La necesidad de adaptarse rápidamente a las tendencias y

<p>cambian constantemente, lo que obliga a los diseñadores gráficos a estar en una continua adaptación para mantener la relevancia de la marca.</p>	<p>crear diseños funcionales y atractivos genera una alta carga de trabajo y puede limitar la creatividad a favor de cumplir con objetivos comerciales.</p>
<p>Enfoque comercial de la cultura de redes en Medellín: En Medellín, las redes sociales se perciben como una herramienta clave para atraer clientes y generar ventas, lo que orienta el diseño gráfico a cumplir objetivos comerciales además de los estéticos.</p>	<p>Inestabilidad en la identidad visual de las marcas: La adaptación constante a tendencias efímeras puede diluir la coherencia y autenticidad de la marca, creando una imagen cambiante que puede confundir a los clientes.</p>
<p>Expectativa de creatividad y originalidad: La cultura local valora la creatividad y el impacto visual, lo que agrega presión sobre los diseñadores para producir piezas llamativas que capten la atención en un mercado saturado de contenido visual.</p>	<p>Reducción en la efectividad de las campañas comerciales: Si los diseños priorizan la estética y las tendencias por encima de la funcionalidad, existe el riesgo de que las campañas no generen las conversiones esperadas, afectando el flujo de clientes y las ventas.</p>

Nota: Autoría propia (2024)

1.3 Formulación del problema

¿De qué manera están influyendo las redes sociales en la evolución de las técnicas, tendencias y estrategias utilizadas por los diseñadores gráficos en Medellín para crear contenido visual funcional y comercialmente efectivo, manteniendo la identidad de marca en un entorno de tendencias?

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 Contextualización del problema

En Medellín, las redes sociales se han convertido en una plataforma esencial para la promoción comercial y visual de marcas, en un contexto en el que la creatividad y la efectividad comercial son altamente valoradas. Esta situación ha generado un desafío particular para los diseñadores gráficos, quienes deben crear contenido visualmente atractivo, alineado con las tendencias efímeras de redes, sin comprometer la identidad de la marca ni su funcionalidad comercial. La investigación aborda esta problemática, enfocándose en cómo las tendencias visuales de corta duración en redes sociales influyen en la identidad y consistencia de las marcas en un entorno tan orientado a la venta y captación de clientes como el de Medellín.

2.2 Importancia teórica

Este proyecto contribuye al conocimiento teórico al explorar la influencia de las redes sociales en el diseño gráfico y sus técnicas adaptativas en un entorno dinámico. Basándose en teorías de comunicación visual y estudios recientes sobre la sociedad digital, la investigación profundiza en cómo las tendencias rápidas afectan la percepción y construcción de marca en un contexto local.

2.3 Relevancia práctica

Los resultados de esta investigación serán aplicables en la formación de diseñadores y en la creación de estrategias de marketing adaptadas a redes sociales en Medellín, aportando pautas para equilibrar la atracción visual y la funcionalidad comercial en cada pieza de contenido. El impacto económico también es relevante, ya que permitirá a las marcas locales optimizar su estrategia visual en redes sociales, incrementando su capacidad de conversión y fortaleciendo su posicionamiento en un mercado competitivo.

2.4 Originalidad y novedad

Este proyecto es único al centrarse en un problema poco estudiado en el contexto colombiano: el impacto de las redes sociales en la consistencia visual de las marcas en una cultura como la de Medellín, donde la estética visual y el enfoque en ventas son primordiales. A diferencia de estudios generales sobre tendencias de diseño gráfico, este enfoque en la adaptación culturalmente específica y comercialmente orientada ofrece una perspectiva diferente sobre el tema general

2.5 Viabilidad

El proyecto es viable debido a la disponibilidad de recursos y el acceso a estudios previos, libros fundamentados, artículos y el análisis de redes sociales de marcas locales, lo cual facilita el desarrollo del estudio en un plazo estimado de seis meses. La accesibilidad a datos en tiempo real y la posibilidad de observar tendencias locales aseguran la concreción de los objetivos planteados, brindando una base sólida para futuras aplicaciones en diseño gráfico y estrategia digital.

2.6 Enfoque ético

El proyecto respetará los principios éticos en el análisis y presentación de resultados, asegurando la confidencialidad de las marcas y diseñadores gráficos participantes. Toda la información será tratada de manera anónima y objetiva, evitando cualquier manipulación de datos y manteniendo un enfoque respetuoso hacia las identidades de marca.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar un sistema infográfico para la comprensión de contenido en redes sociales, alineado con las tendencias vigentes, para asegurar que sea atractivo y funcional, manteniendo la identidad de marca y fomentando la conversión de seguidores en comunidad, luego en potenciales clientes y, finalmente, en clientes leales a la marca.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Identificar y analizar las tendencias visuales contemporáneas en redes sociales que impactan el diseño gráfico en Medellín, con el objetivo de establecer pautas claras y fundamentadas que orienten la creación de contenido visual atractivo y funcional.

3.2.2 Desarrollar una guía estratégica de diseño gráfico que contemple la adaptación efectiva de la identidad de marca a las exigencias estéticas de las plataformas digitales, asegurando que el contenido visual sea coherente y resuene con la audiencia objetivo.

3.2.4 Elaborar una infografía que sintetice la información y estrategias desarrolladas en los objetivos anteriores, creando una guía gráfica práctica que facilite el desarrollo continuo de contenido para redes sociales, garantizando el cumplimiento de los estándares de calidad requeridos en el ámbito del diseño gráfico.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco Teórico: Alfabetidad Visual y Estructura Semiótica

El fundamento teórico de esta investigación se aleja de la visión puramente mercadológica para centrarse en la estructura formal y el significado de la imagen. En el entorno de las redes sociales, donde la producción visual es masiva y acelerada, se hace indispensable contar con un sistema de análisis riguroso. Para ello, este estudio adopta la teoría de la Alfabetidad Visual propuesta por Donis A. Dondis. Dondis establece que la visión no es un proceso pasivo, sino un lenguaje que debe aprenderse y estructurarse. Según su planteamiento, cualquier composición gráfica —incluidas las publicaciones digitales— puede descomponerse en elementos básicos (punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, escala, dimensión y movimiento). La combinación de estos elementos no es aleatoria; responde a una Sintaxis Visual que comunica mensajes específicos a través de técnicas como el equilibrio, la tensión, la nivelación y el aguzamiento.

Complementariamente, para abordar el problema de la identidad y el significado en las marcas, se recurre a la Teoría Semiótica de C.K. Ogden e I.A. Richards. En su obra fundamental sobre el significado, estos autores proponen el modelo del Triángulo Semiótico, el cual explica la relación indirecta entre las palabras (o en este caso, las imágenes) y las cosas que representan. Este modelo sostiene que no existe una conexión inmediata entre el Símbolo (el diseño gráfico) y el Referente (la realidad de la marca); esta conexión debe ser construida a través del Pensamiento o Referencia (la imagen mental que se forma el usuario). Esta base teórica es crucial para entender por qué una adaptación visual mal ejecutada en redes sociales puede romper la coherencia de la marca: si el símbolo cambia drásticamente por una tendencia, se pierde la conexión con el referente original.

4.2 Marco Conceptual

El marco conceptual de este proyecto redefine los términos claves del diseño en redes sociales bajo la óptica de los autores seleccionados:

Tendencia Visual (Perspectiva Sintáctica): Bajo los conceptos de Dondis, una "tendencia" deja de ser una moda abstracta para definirse conceptualmente como una configuración sintáctica recurrente. Por ejemplo, una tendencia puede definirse técnicamente como el predominio de la inestabilidad y la fragmentación sobre el equilibrio.

Identidad de Marca (Perspectiva Semiótica): Desde la visión de Ogden y Richards, la identidad de marca se conceptualiza como el Referente inmutable. El desafío del diseño se entiende entonces como la gestión del Símbolo para asegurar que, sin importar las variaciones estéticas, siempre evoque el Pensamiento correcto en el receptor.

Alfabetidad Digital: Se adapta el concepto de Dondis al entorno digital, entendiendo la capacidad del diseñador no solo para usar software, sino para "leer" y "escribir" imágenes con una intención comunicativa clara y funcional.

4.3 Antecedentes

Los antecedentes de esta investigación se encuentran en los estudios fundamentales sobre la percepción y la comunicación visual que establecieron las bases del diseño moderno.

La Sintaxis de la Imagen (Donis A. Dondis, 1973): Este trabajo es el antecedente primario para el análisis formal. Dondis sentó el precedente de que la comunicación visual no es puramente intuitiva, sino que posee una gramática que puede ser enseñada y analizada. Su metodología de pares opuestos (ej. Sutileza vs. Audacia) es el antecedente directo de las matrices de análisis utilizadas en este proyecto.

El Significado del Significado (Ogden & Richards, 1923): Esta obra constituye el antecedente fundamental para el análisis de la coherencia. Al establecer que el significado es una relación triangular y no lineal, estos autores proporcionaron la herramienta necesaria para diagnosticar problemas de comunicación. Este modelo, aunque clásico, es el precursor de los sistemas de auditoría de marca actuales, permitiendo evaluar si un mensaje visual está cumpliendo su función denotativa y connotativa.

4.4 Justificación Teórica

La elección de estos referentes teóricos se justifica por la necesidad de aportar orden y criterio al caótico entorno de las redes sociales. A diferencia de las teorías de marketing pasajeras, la Sintaxis de la Imagen y la Semiótica ofrecen principios universales y atemporales. Utilizar a Donis A. Dondis permite objetivar el análisis de las tendencias: en lugar de decir que un diseño es "bonito" o "feo", se puede determinar si es "sintácticamente coherente". Por su parte, Ogden y Richards proporcionan el filtro de seguridad necesario para que la innovación visual no destruya la identidad. La convergencia de estos dos marcos teóricos dota a la investigación de una solidez académica capaz de transformar la práctica del diseño gráfico en una disciplina analítica y estratégica.

5. METODOLOGÍA

5.1 Fase 1. Marco conceptual y delimitación del problema

Propósito: Establecer las bases teóricas y operativas que guiarán el diseño del sistema infográfico.

Actividades:

1. Definir claramente el problema de estudio: tensiones entre tendencias efímeras y coherencia de marca.
2. Sistematizar los referentes teóricos:
 - Donis A. Dondis: sintaxis, gramática y alfabeto visual.
 - Ogden y Richards: triángulo semiótico aplicado a piezas digitales.
 - Tendencias visuales actuales en redes (Instagram, TikTok, Facebook, etc.).
 - Identidad de marca y narrativas visuales.
3. Definir las variables del estudio:
 - Visuales: color, tipografía, composición, ritmo, símbolos, sintaxis visual.
 - Semióticas: significante, significado, referente.
 - De marca: posicionamiento, tono visual, consistencia.
 - De rendimiento digital: claridad, recordación, engagement, potencial de conversión.

Producto de la fase: marco teórico y operativo que fundamenta el análisis.

5.2 Fase 2. Sistematización del análisis previamente realizado

Propósito: Aprovechar y consolidar el trabajo ya hecho con la ficha aplicada a los 9 casos.

Actividades:

1. Normalizar la ficha de análisis (si no se ha hecho) para asegurar criterios comparables.
2. Integrar los resultados de las 9 empresas en una matriz comparativa por:
 - Categoría (ropa, comida, electrónicos).
 - Nivel de posicionamiento (alto, medio, bajo).
 - Variables visuales (Dondis).
 - Variables semióticas (Ogden & Richards).
3. Identificar patrones:
 - ¿Qué elementos visuales usan las marcas alineadas a tendencias?
 - ¿Qué sacrifican las marcas pequeñas para verse “tendencia”?
 - ¿Dónde se pierde o se mantiene la identidad?
4. Identificar diferencias marcadas por nivel de reconocimiento de marca.
5. Clasificar hallazgos comunes entre categorías.

Producto de la fase: Informe de hallazgos visuales y semióticos, con patrones, divergencias y oportunidades para el sistema infográfico.

5.3 Fase 3. Construcción de criterios de diseño (insights de diseño)

Propósito: Traducir hallazgos en principios, reglas y parámetros para el sistema infográfico.

Actividades:

1. Extraer los insights críticos encontrados en el análisis:
 - Elementos sintácticos que mejor funcionan para explicar contenido.
 - Recursos visuales que se mantienen estables pese a tendencias.
 - Tensiones entre estética de moda y coherencia de marca.
2. Convertir insights en criterios de diseño, tales como:
 - “El uso del color debe permitir variaciones tendenciales sin perder el color primario de la marca”.
 - “Las formas y estructuras compositivas deben responder a una lógica repetible”.
 - “El uso de íconos debe basarse en relaciones estables entre significante–significado”.
3. Proponer una taxonomía visual basada en:
 - Elementos constantes (identidad).
 - Elementos variables (tendencia).
 - Elementos funcionales (claridad, comprensión).
4. Formular principios de adaptación a tendencias:
 - Ritmo de renovación.
 - Componentes actualizables.
 - Límites de adaptación para proteger identidad.

Producto de la fase: Documento de criterios de diseño que servirá como fundamento conceptual del sistema infográfico.

5.4 Fase 4. Diseño del Sistema Infográfico

Propósito: Crear el sistema que permitirá diseñar piezas para redes sociales manteniendo coherencia y adaptabilidad.

Actividades:

1. Definir el modelo de sistema:
 - Módulos (cabecera, cuerpo, íconos, estadísticas, narrativa visual).
 - Jerarquías visuales.
 - Paletas expandibles.
 - Estilos de ilustración/ícono basados en la sintaxis visual.
 - Comportamiento semiótico del sistema (relación significante–referente).
2. Desarrollar plantillas flexibles:
 - Grillas.
 - Variaciones para stories, reels, posts horizontales/verticales.
 - Componentes intercambiables.
3. Prototipar el sistema usando al menos una marca de cada nivel (alto, medio, bajo) para validar escalabilidad.
4. Asegurar que el sistema:
 - Sea consistente con la identidad de marca.
 - Permita adaptación a tendencias.
 - Sea entendible para el usuario final.
 - Potencie conversión (llamados a la acción, claridad informativa, narrativa sencilla).

Producto de la fase: Sistema infográfico + prototipos listos para prueba.

6. RESULTADOS

6.1 Justificación Teórica

La elección de estos referentes teóricos se justifica por la necesidad de aportar orden y criterio al caótico entorno de las redes sociales. A diferencia de las teorías de marketing pasajeras, la Sintaxis de la Imagen y la Semiótica ofrecen principios universales y atemporales. Utilizar a Donis A. Dondis permite objetivar el análisis de las tendencias: en lugar de decir que un diseño es "bonito" o "feo", se puede determinar si es "sintácticamente coherente". Por su parte, Ogden y Richards proporcionan el filtro de seguridad necesario para que la innovación visual no destruya la identidad. La convergencia de estos dos marcos teóricos dota a la investigación de una solidez académica capaz de transformar la práctica del diseño gráfico en una disciplina analítica y estratégica.

6.2 Sistematización del Análisis Visual: El Sistema SIAV

El resultado central de esta investigación no se limita a la recolección de datos, sino que culmina en la estructuración de una herramienta metodológica: el Sistema Infográfico Analítico Visual (SIAV). Este sistema materializa los conceptos abstractos abordados en el marco teórico, transformando la Alfabetidad Visual (Dondis, 2017) y la Semiótica (Ogden y Richards, 1984) en un protocolo de diagnóstico gráfico aplicable.

La propuesta se concreta en una serie de nueve matrices de análisis (codificadas de M1 a M3 en marcas relacionadas con moda, C1 A C3 en marcas relacionadas con comida y T1 A T3 en marcas relacionadas a la tecnología), las cuales funcionan como instrumentos de disección visual. A diferencia de un manual de identidad convencional que norma el uso del logotipo, el SIAV fue diseñado para auditar la interacción entre la marca y su aplicación en redes sociales, permitiendo identificar rupturas sintácticas o semánticas antes de la publicación del contenido.

6.3 Operacionalización de la Sintaxis de la Imagen (Módulo Formal)

El primer componente del sistema se diseñó para objetivar la lectura de la imagen, superando la subjetividad estética. Basándose en la metodología de Dondis (2017), cada una de las nueve fichas desglosa la pieza gráfica en sus unidades mínimas de significado.

En la aplicación de los casos de estudio, el sistema permitió identificar y clasificar las "tendencias" no por su estilo visual superficial (ej. "vintage" o "futurista"), sino por su estructura compositiva subyacente en tres niveles: alfabeto visual, gramática visual y sintaxis visual.

6.4 Validación Semiótica y Gestáltica (Módulo de Significado)

El segundo componente del sistema integra el modelo relacional de Ogden y Richards (1984) para evaluar la coherencia del mensaje. En cada lámina de análisis, se trazó la ruta del significado verificando la conexión entre los tres vértices del triángulo semiótico: el símbolo (La Representación): Se analizó la pertinencia de los códigos visuales adoptados por la tendencia (tipografías, filtros cromáticos); el referente (El Objeto de Marca): Se validó si dichos códigos mantenían un vínculo imputado claro con la identidad central de la marca; el pensamiento (La Referencia): Se proyectó la interpretación final del usuario para asegurar que no existiera ambigüedad.

6.5 Síntesis de los Hallazgos de Diseño

La ejecución de esta serie analítica confirma que el diseño en redes sociales posee una gramática subyacente que puede ser auditada. El Sistema SIAV demuestra que la integración de la teoría clásica de Dondis y la semiótica de Ogden y Richards proporciona un marco robusto para racionalizar la toma de decisiones creativas, permitiendo a los diseñadores transitar de la intuición a la estrategia visual fundamentada.

7. RECOMENDACIONES

A partir del diseño del Sistema Infográfico Analítico Visual (SIAV) y de los hallazgos teóricos obtenidos, se formulan las siguientes recomendaciones dirigidas a diseñadores, marcas y futuros investigadores. Estas sugerencias buscan trascender la propuesta teórica y garantizar la efectividad operativa del sistema en entornos reales.

7.1 Recomendación para la Validación de Efectividad (Protocolo de Usuario)

Dado que el presente trabajo culmina con una propuesta de diseño, se recomienda imperativamente a las marcas o agencias que adopten el sistema SIAV ejecutar una fase de Validación con Usuarios antes de su implementación masiva. El sistema no debe asumirse como infalible; debe ser auditado bajo un protocolo de usabilidad visual que garantice que el equilibrio teórico se traduce en claridad perceptiva.

Para ejecutar esta validación, se sugiere el siguiente esquema de trabajo:

1. Selección de la Muestra: No testear el sistema con otros diseñadores, sino seleccionar participantes que correspondan al perfil real de seguidores de la marca (clientes actuales o potenciales), ya que ellos son los receptores finales del mensaje semiótico.
2. Pruebas de Usabilidad Visual (Test A/B): Se recomienda realizar experimentos controlados presentando dos versiones de un mismo contenido:
 - Pieza A (Tradicional): Diseño adaptado a la tendencia sin el uso del sistema (imitación directa).
 - Pieza B (SIAV): Diseño estructurado bajo la grilla sintáctica y los filtros semióticos del sistema propuesto.
3. Medición de Variables de Rendimiento: La validación no debe basarse en gustos subjetivos ("¿cuál es más bonita?"), sino en métricas de desempeño cognitivo:
 - Claridad: ¿Qué tan rápido se identifica el mensaje principal?

- Recordación: ¿El usuario recuerda la marca después de ver la pieza, o solo recuerda la tendencia?
- Comprensión: ¿El mensaje visual se decodifica sin ambigüedades?

7.2 Recomendación para el Registro de Percepción Semiótica

Más allá de las métricas visuales, se recomienda realizar entrevistas cualitativas para registrar la percepción semiótica del usuario. Utilizando el marco de Ogden y Richards, se sugiere indagar sobre la interpretación profunda del contenido para evitar disonancias. Las marcas deben formular tres preguntas clave a los usuarios durante las pruebas:

- ¿Qué entienden? (Validación del nivel denotativo/literal).
- ¿Qué interpretan? (Validación del nivel connotativo/valores de marca).
- ¿Qué recuerdan? (Validación del anclaje de identidad).

Si las respuestas indican que el usuario recuerda el "trend" viral pero no la marca que lo publicó, se recomienda ajustar los parámetros de Sintaxis Visual del sistema (aumentar el tamaño del identificador o reducir la complejidad de la textura de fondo).

Recomendaciones de Ajuste e Iteración

El sistema infográfico no debe considerarse un producto estático. Se recomienda analizar periódicamente los resultados obtenidos en las fases de validación y realizar ajustes incrementales en las fichas de análisis.

- Si el atractivo visual es bajo, se sugiere flexibilizar las normas sintácticas para permitir mayor audacia (siguiendo a Dondis).
- Si la identidad se sacrifica, se recomienda rigidizar la grilla y aumentar el porcentaje de color corporativo en la mezcla visual.

- El producto final de este ciclo debe ser un Informe de Validación Constante, que documente qué configuraciones del sistema funcionan mejor para cada tipo de audiencia digital.

7.3 Recomendaciones para la Formación Profesional

Finalmente, se recomienda a las instituciones académicas y a los profesionales del sector incorporar el análisis de usabilidad visual dentro de los procesos creativos. El diseño para redes sociales no debe enseñarse únicamente desde el manejo de software, sino desde la capacidad de prever cómo una imagen será decodificada, interpretada y recordada en un entorno de alta saturación. El uso de sistemas estructurados como el SIAV debe fomentarse para profesionalizar la práctica y elevar el estándar del diseño gráfico digital.

8. CONCLUSIONES

8.1 Resolución del Problema: El Equilibrio entre Tendencia y Coherencia

La investigación se originó a partir de la tensión existente entre la naturaleza efímera de las tendencias en redes sociales y la necesidad de una identidad de marca perdurable. Tras el desarrollo del Sistema Infográfico Analítico Visual (SIAV), se concluye que el equilibrio es posible únicamente a través de la sistematización sintáctica.

El análisis demuestra que la incoherencia no surge de usar una tendencia, sino de adoptarla sin filtrar su estructura. El sistema resuelve el problema de investigación al funcionar como una membrana selectiva:

- Permite adoptar la capa estética de la tendencia (colores de temporada, texturas) para mantener la relevancia y frescura.
- Bloquea la capa estructural si esta contradice la sintaxis de la marca (por ejemplo, impidiendo el uso de composiciones caóticas en marcas de orden y equilibrio). En conclusión, el sistema transforma la adaptación de tendencias de un proceso intuitivo y riesgoso a un procedimiento técnico y controlado, garantizando que la marca participe en la conversación digital sin perder su esencia (Referente).

8.2 Impacto en el Crecimiento de Comunidad y Conversión

El sistema no solo cumple una función estética, sino que incide directamente en los indicadores de desempeño digital (KPIs). Se concluye que el orden visual aporta a la conversión de la siguiente manera:

1. Claridad y Retención: Al aplicar los principios de alfabetidad visual de Dondis, el sistema organiza la jerarquía de la información. Una pieza gráficamente ordenada reduce la carga cognitiva del usuario, facilitando la lectura rápida y aumentando el tiempo de retención, factor crítico para el algoritmo.

2. Confianza Semiótica: La comunidad crece cuando existe confianza. El sistema, al validar la relación Símbolo-Referente (Ogden & Richards), asegura que la marca se comunique siempre con la misma "voz visual". Esta consistencia genera familiaridad, y la familiaridad es el precursor psicológico de la fidelización y la conversión de seguidores a clientes.

8.3 Recomendaciones Estratégicas por Nivel de Marca

Como parte de los hallazgos finales y la guía de aplicación del Manual, se establecen recomendaciones diferenciadas según el nivel de posicionamiento de la marca, reconociendo que no todas deben interactuar con las tendencias de la misma forma:

1. Para Marcas de Nivel Alto (Posicionadas/Lujo):
 - Directriz: La identidad debe dominar sobre la tendencia.
 - Aplicación: Se recomienda utilizar el sistema para adaptar la tendencia a los códigos de la marca, y no al revés. La sintaxis debe mantenerse estable (generalmente en equilibrio y sobriedad) y la tendencia solo debe aparecer como un acento sutil (color o detalle tipográfico).
2. Para Marcas de Nivel Medio (En Crecimiento/Challengers):
 - Directriz: Hibridación Estratégica.
 - Aplicación: Estas marcas necesitan visibilidad. Se recomienda usar el sistema para adoptar tendencias virales en formatos de alto alcance (Reels), pero manteniendo estrictamente la paleta cromática corporativa y el logotipo en zona segura. El sistema debe permitir mayor flexibilidad en la tensión visual para competir por atención.
3. Para Marcas de Nivel Bajo (Emprendimientos/Nuevas):
 - Directriz: Construcción de Repetición.
 - Aplicación: El sistema debe usarse de manera rígida para construir reconocimiento. Se recomienda no saltar entre tendencias opuestas. El uso de las

grillas del sistema debe ser constante para que, a pesar de usar audios o estilos de moda, el perfil se vea profesional y coherente ante un usuario que los descubre por primera vez.

8.4 Producto Final: El Manual del Sistema Infográfico

Como evidencia tangible de la investigación, se entrega el Manual del Sistema Infográfico Analítico Visual. Este documento compila y materializa la metodología en una herramienta operativa que incluye:

1. Justificación Teórica y Análisis Previo: Un resumen de los fundamentos de Dondis y la Semiótica que respaldan las decisiones, junto con la biblioteca de casos estudiados.
2. Decisiones de Diseño y Componentes: La especificación técnica de las grillas, tipografías, paletas expandibles y el estilo iconográfico basado en la sintaxis visual.
3. Guía de Aplicación en Redes: Protocolos paso a paso para la creación de contenido en redes sociales, asegurando la correcta implementación del sistema.

En definitiva, este trabajo de grado entrega no solo un estudio teórico, sino una solución instrumental (Manual + Memoria) que profesionaliza la gestión visual en redes sociales, aportando rigor académico a una práctica dominada por la inmediatez.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias

Audrezet, A., Kerviler, G., & Moulard, J. (2020). Autenticidad bajo amenaza: cuando los influencers de las redes sociales deben ir más allá de la autopresentación. **Journal of Business Research**, 117, 557-569. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.07.008>

Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili

Hudders, L., Jans, S., & Veirman, M. (2020). La comercialización de las estrellas de las redes sociales: una revisión de la literatura y un marco conceptual sobre el uso estratégico de los influencers de las redes sociales. **International Journal of Advertising**, 40, 327-375. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>

Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1984). *El significado del significado*. Paidós.

Mitrović, K., Jakšić, A., & Spajić, J. (2020). Análisis de las plataformas de diseño gráfico utilizadas en el marketing en redes sociales. <https://doi.org/10.24867/grid-2020-p74>

Wu, S., & Kim, S. (2023). La co-creación de experiencias hedónicas de marcas de lujo en las redes sociales: estrategias de marcas de lujo desde una perspectiva de diseño. **Archivos de investigación de diseño**. <https://doi.org/10.15187/adr.2023.08.36.3.27>

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

M1

2025

Punto

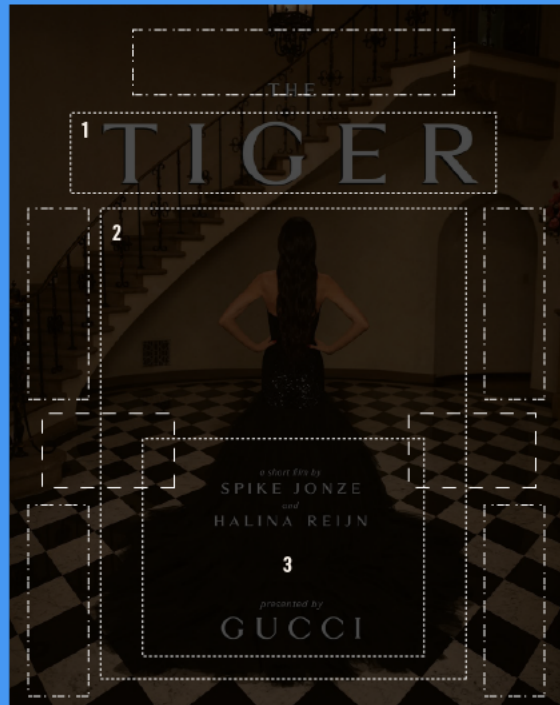
La figura femenina de espaldas funciona como el "foco principal de interés". Es la unidad mínima de atención visual que ancla toda la composición en el centro.

Línea y Dirección

Las líneas del suelo ajedrezado convergen hacia el centro, actuando como trazos que "guían la mirada". La barandilla de la escalera aporta una línea curva que, según el texto, comunica "dinamismo" frente a la estabilidad de las rectas.

Forma

Se contraponen formas claras. El patrón del suelo es una forma geométrica ("precisa, racional"), mientras que la silueta del vestido y la mujer representan una forma orgánica ("natural, expresiva").



Gucci

Me gusta: 28,4 mil
Comentarios: 472

Instagram
23 de Septiembre 2025



@gucci

Textura

La imagen transmite una fuerte "sensación de materialidad". Se percibe la lisura pulida del mármol en el suelo frente a la complejidad visual de las capas de tul o tela del vestido negro.

Espacio (Positivo/Negativo)

Hay un uso consciente del espacio. La mujer ocupa el espacio positivo, mientras que la amplitud del salón actúa como espacio o área "no ocupada", aportando "claridad, respiración y jerarquía visual" al conjunto.

.01

Equilibrio

La composición busca un equilibrio simétrico en el eje vertical (la mujer y los textos están centrados), lo que distribuye el "peso visual" de forma ordenada y estable. Sin embargo, la escalera a la izquierda rompe ligeramente esa simetría para evitar rigidez.

.02

Jerarquía visual

La "organización de los elementos según su importancia" es clara:

1. Título "THE TIGER" (máximo tamaño).
2. La figura femenina (centro visual).
3. La marca "GUCCI" (cierre inferior).

.03

Ritmo

El suelo ajedrezado crea un ritmo visual muy marcado mediante la "repetición controlada de elementos visuales". Este patrón constante guía el ojo y comunica una armonía clásica.

.04

Tensión Visual

Existe una "relación entre fuerzas opuestas": la quietud estática de la modelo posando frente al movimiento visual vertiginoso que provocan las líneas del suelo y la curva de la escalera.

.01

Gestalt (Dirección de lectura)

Se aplica la ley de continuidad. Las líneas del suelo crean una "trayectoria perceptiva que sigue el ojo" directamente hacia la mujer y luego hacia el título superior, determinando la secuencia de comprensión.

.02

Figura y fondo

La relación perceptiva es fundamental aquí. El vestido negro (figura) contrasta fuertemente contra el suelo y paredes claras (fondo/contexto). Esta "gestión de figura-fondo garantiza legibilidad y foco", haciendo ineludible la presencia del personaje.

.03

Significación Visual

El conjunto de elementos (arquitectura clásica, tipografía serif, vestido de gala) construye un sentido de "lujo cinematográfico". Es el punto donde el "análisis estructural se convierte en interpretación" de una narrativa de misterio y elegancia asociada a la marca.



SÍMBOLO: El póster, la tipografía clásica y la mujer en el salón; es la forma material del mensaje.

CONCEPTO: Interpretación de misterio, alta costura y narrativa artística; el espectador asocia la estética con exclusividad y drama.

REFERENTE: El cortometraje real producido por Spike Jonze y la marca de moda Gucci.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

M2

2025



Textura

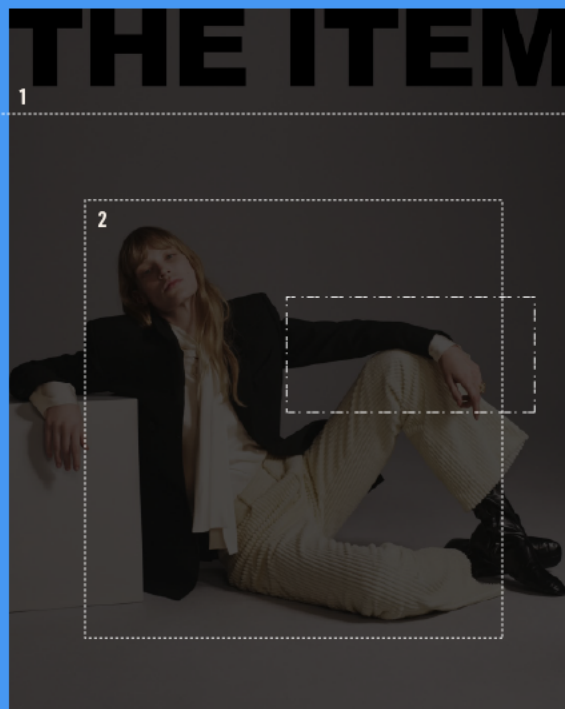
La pieza es un estudio de "sensación táctil o visual". Se contrastan superficies diversas: la rugosidad acanalada del pantalón (pana), la suavidad de la blusa, la rigidez mate del cubo y el brillo de las botas de cuero. Esta riqueza material aporta "sensaciones de materialidad" que invitan a tocar.

Forma

Se contraponen tipologías opuestas. El cubo blanco y la tipografía presentan una forma geométrica ("precisa, racional"), mientras que la postura de la modelo crea formas angulares pero orgánicas ("natural, expresiva").

Escala y tamaño

La tipografía "THE ITEM" presenta una escala sobredimensionada, cortada en el borde superior. Esta "relación proporcional entre elementos" otorga un peso visual masivo al texto, dominando la jerarquía.



THE ITEM



ZARA

Me gusta: 19,5 mil
Comentarios: 165

Instagram
10 de Noviembre 2025



@zara

Línea

La postura de la modelo se construye a partir de líneas diagonales (piernas y brazos) que generan "tensión", rompiendo la estaticidad del fondo plano.

Color y valor



Se utiliza una paleta neutra y desaturada. El "contraste" se da por valor (luminosidad): el negro del saco y el texto contra el fondo gris y el pantalón claro definen el "énfasis" visual.

.01

Equilibrio

La composición es asimétrica. La distribución del peso visual se inclina hacia la derecha con las piernas extendidas, pero se estabiliza con el cubo blanco a la izquierda. Este desequilibrio controlado es "dinámico, moderno".

.02

Jerarquía visual

La "organización de los elementos" es contundente:

1. El titular "THE ITEM" (por escala y contraste).
2. La textura del pantalón (por luminosidad y detalle).
3. El rostro de la modelo (por conexión humana).

.03

Direccionalidad

Las piernas de la modelo actúan como flechas que marcan la "secuencia en la que el ojo recorre la composición", dirigiendo la mirada hacia la esquina inferior derecha.

.04

Tensión visual

Existe una fuerte tensión generada por el recorte de la tipografía (sangrado superior) y la postura desgarbada de la modelo. Esta "relación entre fuerzas opuestas" desafía los márgenes tradicionales del encuadre.

.01

Gestalt (Cierre)

Se aplica la ley de cierre. Aunque el texto "THE ITEM" está cortado en la parte superior, el espectador "organiza la información visual" completando las letras mentalmente.

.02

Figura y fondo

La relación es nítida. La modelo y el cubo (figura) se separan claramente del fondo gris infinito, garantizando el "foco" en la indumentaria.

.03

Significación Visual

La combinación de una pose displicente (coolness), ropa texturizada y tipografía invasiva construye un sentido de "autoridad en moda". El mensaje no vende solo ropa, sino una actitud; es el "objeto de deseo" esencial. El "análisis estructural se convierte en interpretación" de estatus y tendencia.



SÍMBOLO: La tipografía recortada, las texturas de la ropa (pana/cuero) y la pose de la modelo; es la forma visible del mensaje.

CONCEPTO: Interpretación de exclusividad y estilo vanguardista; el espectador asocia "The Item" con lo que es necesario tener para pertenecer.

REFERENTE: La prenda de vestir específica (el pantalón o las botas) y el concepto editorial de "la pieza imprescindible" de la temporada.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

M3

2025

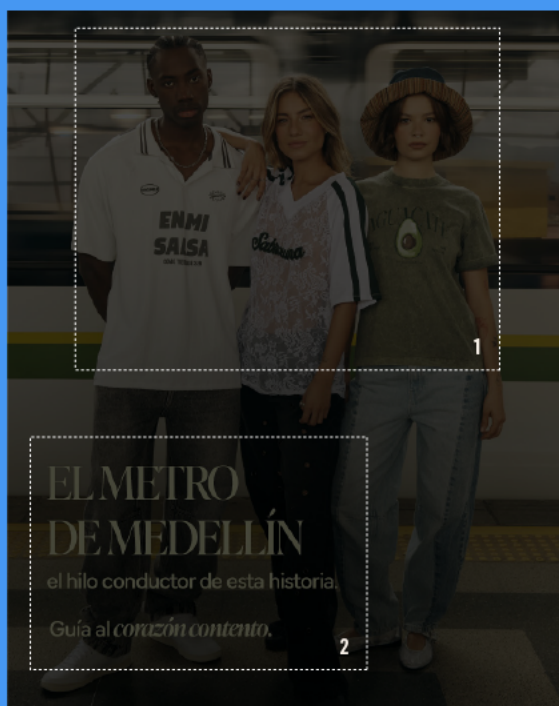


Línea y Dirección

La composición está dominada por líneas horizontales fuertes (la franja amarilla de seguridad y el tren en movimiento). Estas líneas "estructuran la composición" y comunican "dinamismo" debido al efecto de barrido del fondo. Contrastan con la verticalidad estática de los tres personajes.

Punto

El grupo de tres jóvenes funciona como un bloque unitario que constituye el "foco principal de interés". Sus rostros son los puntos de atracción específicos que humanizan a la infraestructura.





Moda Éxito

Me gusta: 2984
Comentarios: 34

Instagram
9 de Noviembre 2025

 @modaexito

Textura

La imagen resalta la "sensación táctil o visual" a través de la indumentaria: la rugosidad del denim (jeans), la delicadeza del encaje blanco en la camisa central y el algodón de las camisetas. Esto aporta sensaciones de "materialidad" que enriquecen la experiencia visual.

Color



El color amarillo y verde son cruciales; actúan como "elementos emocionales y simbólicos" que identifica inmediatamente la marca (el Metro) dentro del ADN visual de la ciudad, contrastando con los tonos neutros y urbanos de la ropa.

.01

Equilibrio

La pieza presenta un equilibrio simétrico en la disposición de los personajes (uno central y dos flanqueando), lo que transmite una sensación de orden y estabilidad, propia de un sistema de transporte confiable.

.02

Jerarquía visual

La "organización de los elementos según su importancia" es evidente:

1. Título: "EL METRO DE MEDELLÍN" (identidad).
2. Imagen: El grupo de personas (conexión emocional).
3. Contexto: El fondo en movimiento (entorno).

.03

Direccionalidad

Las ventanillas borrosas del tren crean un patrón de repetición visual en el fondo, aunque suavizado por la velocidad, aportando una continuidad visual horizontal.

.04

Tensión visual

Existe una clara "relación entre fuerzas opuestas": la quietud absoluta de los modelos frente a la velocidad difusa del tren en el fondo. Esta tensión genera dinamismo y refuerza el concepto de que el metro se mueve para que la vida suceda.

.01

Gestalt (Proximidad)

Por la ley de proximidad, percibimos a los tres individuos como un grupo cohesionado o una "historia" conjunta, visualizando la metáfora del "hilo conductor" mencionado en el texto.

.02

Figura y fondo

Se gestiona eficazmente la relación perceptiva. Los sujetos (figura) están nítidos y bien iluminados, recortándose sobre un fondo en movimiento (barrido), lo que "garantiza legibilidad y foco".

.03

Significación Visual

La combinación de moda urbana, juventud y el entorno del metro construye un sentido global de "pertenencia y estilo de vida". El metro deja de ser solo transporte para ser un escenario social. Es el punto donde el análisis se convierte en una interpretación de identidad cultural.



SÍMBOLO: La fotografía del grupo, la franja amarilla icónica y la tipografía; es la forma material del mensaje.

CONCEPTO: Interpretación de orgullo cívico y conexión social; el espectador asocia el metro con el "corazón" de la ciudad y el encuentro.

REFERENTE: El sistema de transporte Metro de Medellín y la ciudadanía real que lo utiliza diariamente.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

C1

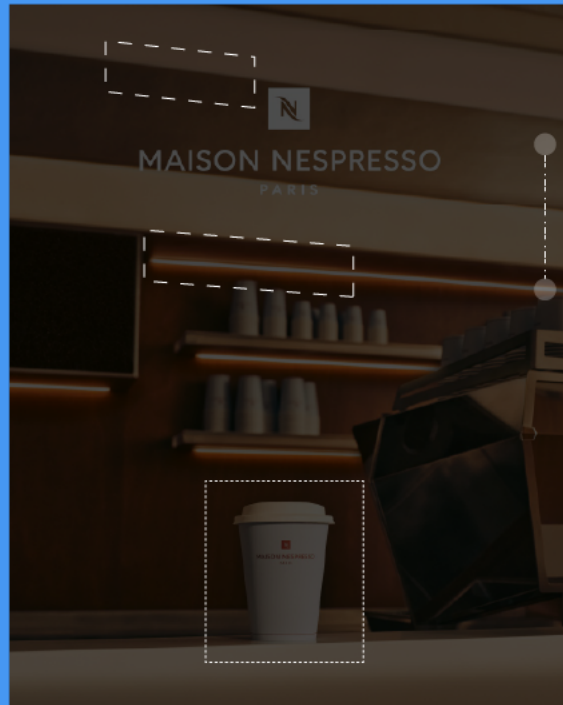
2025

Línea / Dirección

Predominan las líneas horizontales formadas por las estanterías y las luces LED del fondo. Generando sensación de direccionamiento.

Color

La pieza utiliza una paleta cromática cálida (marrones, dorados, beige) que es fundamental para el "ADN visual" de una marca de café.



Nespresso

Me gusta: 4.577
Comentarios: 91

Instagram
18 de Julio de 2025



@nespresso

Valor/Contraste

Iluminación dorada de las estanterías crea atmósfera, mientras que el contraste entre el vaso blanco (luz) y el fondo madera (sombra) define el énfasis y la profundidad.

Punto

El vaso de café situado en el centro-inferior actúa como el punto, funcionando como el "foco principal de interés" o unidad mínima de atención visual. Aunque el logotipo superior también es un punto de anclaje, el vaso atrae la mirada por su posición en el primer plano.

Textura

Se aprecia una "sensación de materialidad" distintiva: la suavidad mate del vaso de papel + el entorno, contrasta con el brillo metálico y reflectante de la máquina de café a la derecha, aportando riqueza a la percepción de texturas.

.01

Equilibrio

La composición tiende a un equilibrio asimétrico pero estable. El peso visual de la máquina oscura a la derecha se compensa con el vaso blanco central y el aire (espacio negativo) de la izquierda y la barra inferior.

.02

Jerarquía visual

La pieza presenta una organización clara para dirigir la lectura.

1. Identidad: El ojo capta primero el texto "MAISON NESPRESSO" (blanco sobre oscuro, alto contraste).
2. Producto: Luego baja al vaso (objeto iluminado en centro).
3. Contexto: Finalmente recorre el entorno (máquina y fondo).

.03

Ritmo

Existe un ritmo visual generado por la "repetición" de los vasos apilados en las estanterías del fondo. Esto comunica continuidad y orden en el ambiente de la tienda.

.01

Composición

La disposición general sitúa al producto en una posición de "héroe", pero accesible. La estructura sintáctica articula componentes de lujo (la máquina, las luces) con un elemento de consumo rápido (el vaso "to go"), creando una armonía interesante.

.02

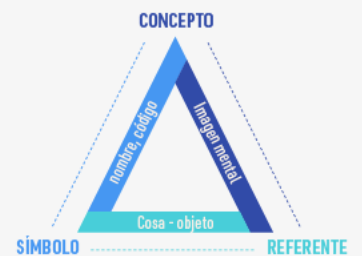
Figura y fondo

Se aplica una gestión de figura y fondo excelente para garantizar la legibilidad. El vaso (figura) se recorta nitidamente contra la barra y el fondo desenfocado, evitando que se pierda entre los elementos decorativos traseros.

.03

Direccionalidad

Las líneas de luz del fondo crean un flujo visual horizontal que atraviesa la imagen, pero la posición vertical del vaso detiene esa lectura para centrar la atención en el producto final.



SÍMBOLO: Conformado por el logotipo "N", la tipografía y el vaso físico; es la forma material y gráfica visible que percibimos en la pieza.

CONCEPTO: Interpretación mental de sofisticación y exclusividad; el espectador asocia la estética visual con un estilo de vida de alto estatus.

REFERENTE: Remite a la realidad del café y a la tienda física en París; es el objeto concreto y el servicio al que apunta la marca.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

C2

2025

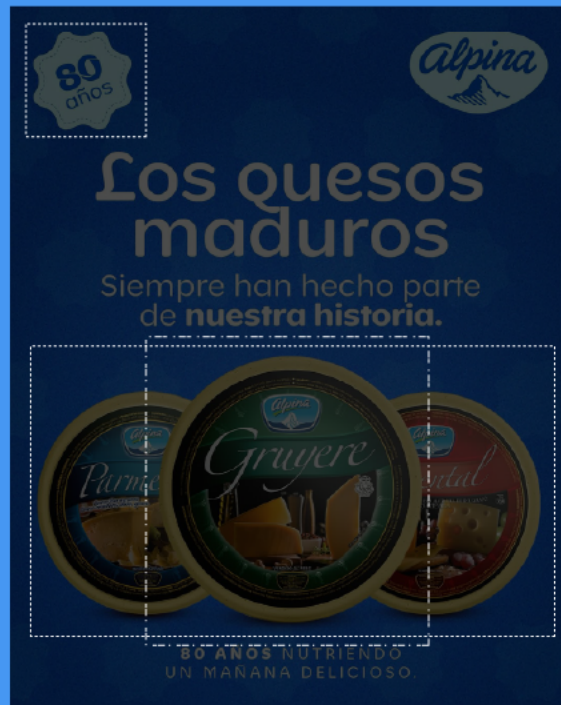
Forma -----

Predominan las formas circulares en los productos (ruedas de queso) y en el sello de "80 años". Según el texto, estas formas definen los objetos y, al ser curvas, pueden comunicar cierto carácter orgánico dentro de la geometría.

Color -----

El color azul es el protagonista absoluto, funcionando como base del "ADN visual" de la marca Alpina para generar recordación.

Se utiliza un contraste cromático complementario entre el fondo azul frío y los tonos cálidos (amarillos/dorados) de los quesos, lo cual define el énfasis y volumen.



Punto -----

El queso central (Gruyere) actúa como el "foco principal de interés" o unidad mínima de atención visual, anclando la mirada en el centro de la composición.

Textura -----

El fondo presenta una textura visual rugosa (estilo papel o cartón tinturado), aportando una sensación de materialidad que evita que el diseño se sienta plano o excesivamente digital.

.01 Equilibrio

La pieza presenta un equilibrio simétrico evidente. La distribución del peso visual es ordenada y estable, con el producto central flanqueado por otros dos y logotipos en las esquinas superiores, lo cual refleja la estabilidad de una marca con historia.

.02 Jerarquía visual

La organización dirige la lectura eficazmente: primero el titular ("Los quesos maduros..."), luego los productos (centro) y finalmente el cierre ("80 años nutriendo..."). Esto asegura la retención del mensaje.

.03 Ritmo

Existe un ritmo por repetición en la disposición de los tres quesos alineados. Esta constancia comunica armonía y continuidad de la marca a lo largo del tiempo.

.01 Composición -----

La disposición general es centrada y piramidal invertida (del texto ancho a los productos). Esta estructura sintáctica articula los componentes para resaltar la solidez de la marca.

.02 Figura y fondo -----

Hay una clara relación perceptiva donde los productos (figura) se separan nitidamente del fondo azul gracias al contraste de color y luminosidad, garantizando el foco.

.03 Significación Visual -----

El conjunto de elementos (tipografía clásica, colores institucionales, mención a la historia) construye un sentido de tradición. Aquí el análisis estructural revela una intención de evocar confianza y longevidad.



SÍMBOLO: Conformado por el logotipo Alpina, la tipografía blanca y la imagen icónica de los tres quesos; es la forma material del mensaje.

CONCEPTO: Interpretación de tradición, confianza y herencia culinaria; el espectador asocia la imagen con calidad sostenida en el tiempo.

REFERENTE: Los quesos maduros físicos que produce la empresa y el hito temporal real de cumplir 80 años de existencia en el mercado.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

C3

2025

Punto

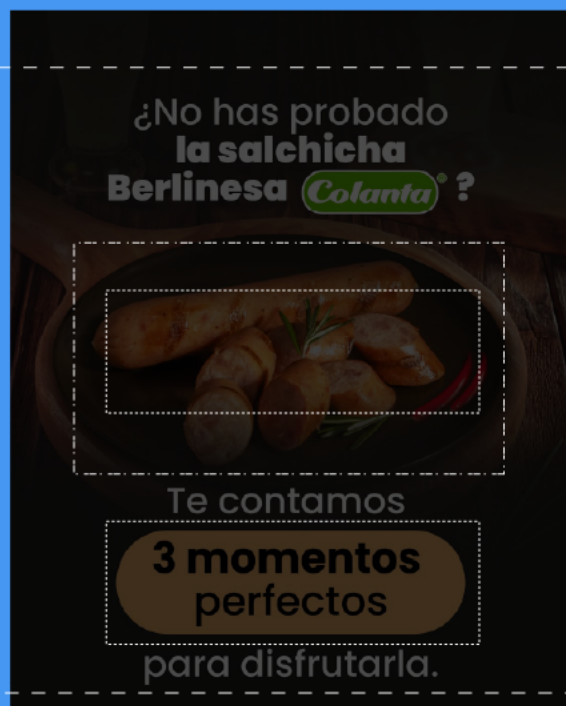
El plato central actúa como el punto, el "foco principal de interés" que ancla la composición. Su ubicación central elimina distracciones periféricas.

Línea / Dirección

Se observan líneas diagonales en la textura de madera del fondo. Mientras que las líneas invisibles del texto son horizontales para dar estabilidad de lectura.

Forma

Existe un contraste morfológico interesante: las formas orgánicas de las salchichas (naturales, irregulares) comunican apetito y realidad, mientras que la cápsula inferior que contiene "3 momentos perfectos" utiliza una forma geométrica (racional, precisa) para resaltar la información clave.



Colanta

Me gusta: 27
Comentarios: 0

Instagram
14 de noviembre de 2025



@colanta_oficial

Valor/Contraste

La pieza utiliza un contraste alto de valor (claroscuro). El fondo se oscurece intencionalmente (sombra) para que la luz destaque el volumen y la "grasa" del producto, generando apetito.

Color



La paleta cromática cálida (marrones, naranjas) refuerza el ADN visual de "comida casera".

Espacio (Negativo)

Se hace un uso consciente del espacio negativo (las zonas oscuras vacías alrededor del plato). Este espacio no está vacío por error, sino que aporta "claridad y jerarquía visual", obligando al ojo a centrarse en el producto iluminado.

.01

Equilibrio

La pieza posee un equilibrio simétrico, distribuyendo el peso visual de manera idéntica a izquierda y derecha del eje central. Esto comunica que es una marca "ordenada y estable".

.02

Jerarquía visual

La organización es estricta para dirigir la lectura:

1. Gacho (Texto superior): Pregunta directa al usuario.
2. Héroe (Imagen): Validación visual del producto.
3. Llamado (Texto inferior): Promesa de valor ("3 momentos").

.03

Proporción

El producto se presenta en una escala grande en relación al formato, dominando la composición para maximizar el "peso informativo" del sabor.

.04

Unidad y Coherencia

La luz que baña el producto coincide con la calidez del fondo, asegurando que todos los elementos se sientan parte de un "conjunto reconocible".

.01

Composición

La disposición centralizada eleva el producto a un estatus de protagonista absoluto. La sintaxis visual aquí no solo vende un embutido, sino que construye un mensaje de calidad superior y disfrute, usando la estética fotográfica para sugerir un momento de consumo ideal.

.02

Figura y fondo

La gestión de figura y fondo es óptima. El producto (figura) no compete con el entorno (fondo) gracias al viñeteado oscuro, garantizando la "legibilidad y foco" inmediato.

.03

Gestalt (Leyes perceptivas)

1. Proximidad: Los trozos de salchicha y el romero se perciben como un grupo unitario (un solo plato) debido a su cercanía.
2. Continuidad: La mirada fluye verticalmente desde la pregunta hacia la respuesta visual (el plato) y termina en la invitación, siguiendo una "dirección de lectura" lógica.



SÍMBOLO: La fotografía cenital del plato servido, el logotipo verde de Colanta y los textos tipográficos.

CONCEPTO: Interpretación de "gourmet accesible"; el espectador asocia la imagen con un sabor superior y una experiencia placentera.

REFERENTE: La salchicha Berlinesa física y la ocasión de consumo real sugerida (cena o almuerzo especial).

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

T1

2025



Color



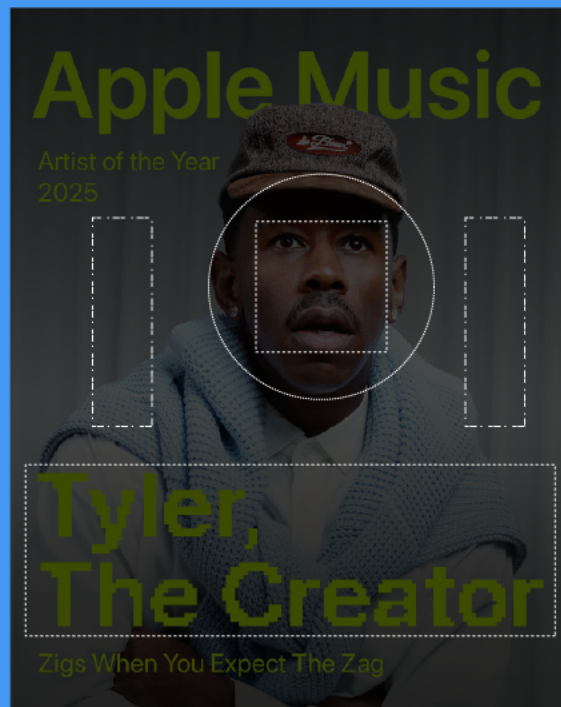
El uso del color es el elemento dominante. Se emplea un verde lima neón saturado para la tipografía sobre una fotografía de tonos desaturados (grises, azules pálidos y marrones).

Contraste

Este "contraste" extremo de temperatura y saturación define el énfasis, separando drásticamente la información textual de la imagen fotográfica.

Textura

La pieza es rica en "sensación táctil o visual". Se puede percibir la suavidad del tejido de lana en el suéter azul, la porosidad de la gorra de fieltro y los pliegues suaves de la cortina de fondo. Esta materialidad aporta cercanía y realismo al retrato.



Forma

Se contraponen dos tipos de formas. Por un lado, la forma orgánica y natural del sujeto; por otro, la forma geométrica estricta de la tipografía inferior ("Tyler, The Creator"), la cual imita píxeles cuadrados. Esta elección tipográfica comunica una personalidad "digital" o constructiva.

Línea

El fondo presenta líneas verticales suaves formadas por los pliegues de la cortina. Estas líneas "estructuran la composición" aportando un ritmo sutil sin competir con la figura principal.

Punto

El rostro del artista, y específicamente sus ojos mirando hacia arriba, constituye el "punto" principal o "unidad mínima de atención visual". Es el anclaje humano de la composición.

.01

Escala

El tamaño de la tipografía es masivo en relación al formato ("relación proporcional entre elementos"). El nombre "Apple Music" y el del artista compiten en escala con el rostro.

.02

Equilibrio

La composición es central y simétrica. El sujeto está en el eje medio, flanqueado por texto arriba y abajo. Este equilibrio simétrico aporta estabilidad y monumentalidad.

.03

Jerarquía visual

La organización dirige la lectura eficazmente:

1. Marca y Título: "Apple Music" (por tamaño y posición superior).
2. Sujeto: El rostro de Tyler (por conexión humana).
3. Nombre: La tipografía pixelada inferior (por rareza y color).
4. Contexto: La frase "Zigs When You Expect The Zag" (cierre).

.01

Composición

La relación perceptiva es clara. El sujeto (figura) se separa del fondo gracias a la iluminación de estudio y al desenfoque ligero de la cortina. No hay confusión visual; la "gestión de figura-fondo garantiza legibilidad".

.02

Figura y fondo

La relación perceptiva es clara. El sujeto (figura) se separa del fondo gracias a la iluminación de estudio y al desenfoque ligero de la cortina. No hay confusión visual; la "gestión de figura-fondo garantiza legibilidad".

.03

Direccionalidad

La mirada del artista (hacia arriba y a la derecha) rompe la estaticidad y sugiere futuro o visión. Aunque la lectura del texto es vertical, la mirada crea una línea invisible que saca al espectador del encuadre, generando curiosidad.t



SÍMBOLO: La imagen de Tyler, el color verde neón y la tipografía pixelada; son la forma material del mensaje.

CONCEPTO: Interpretación de creatividad disruptiva e innovación; el espectador asocia lo pixelado y el color ácido con una visión artística vanguardista.

REFERENTE: El artista musical real y el galardón "Artista del Año" otorgado por la plataforma.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

T2

2025



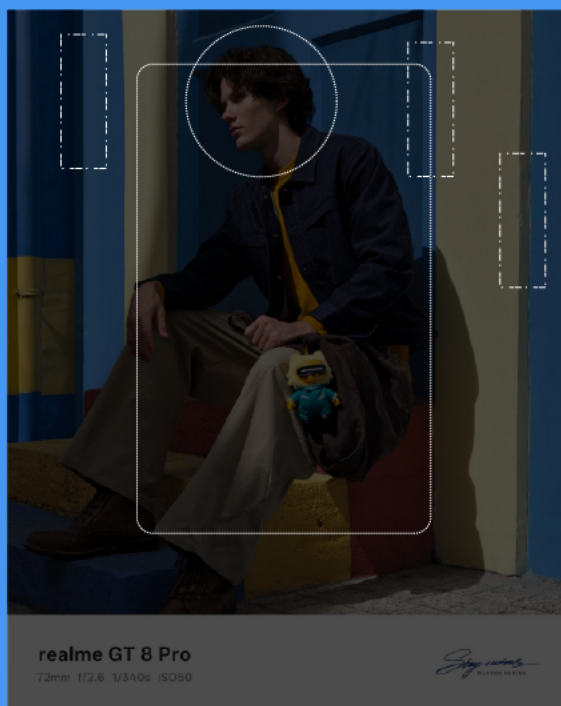
Color



La pieza se basa en una paleta de colores primarios (amarillo, azul y rojo) altamente saturados. Según Dondis, el color es el elemento "emocional y simbólico del mensaje visual". Aquí, la interacción de colores complementarios (azul/naranja-amarillo) genera un impacto vibrante que denota energía y juventud.

Línea

Predominan las líneas rectas (verticales y horizontales) formadas por la arquitectura (marco de la puerta, escalones). Estas líneas "estructuran la composición y comunican sensaciones" de estabilidad arquitectónica, la cual contrasta con la postura relajada del modelo.



Punto

El rostro del modelo actúa como un punto focal, el cuerpo y su postura además refuerza el protagonismo de su presencia en la composición.

Valor y contraste

Existe un contraste alto derivado de una iluminación dura (luz solar directa), lo que genera sombras profundas y definidas. Esta relación entre luces y sombras "define profundidad, volumen y énfasis", resaltando la textura de la ropa y la tridimensionalidad del espacio.

.01

Ritmo

Se observa un ritmo visual alterno generado por la repetición de las franjas de color (azul-amarillo-azul) en la pared. Esta "repetición controlada" comunica una armonía estética que guía el ojo a través del fondo.t

.02

Equilibrio

La composición presenta un equilibrio asimétrico. El peso visual de las franjas verticales azules y amarillas se distribuye dinámicamente. Según el texto, esto es "dinámico, moderno" y "refleja la energía de la marca", alejándose de la rigidez estática.

.03

Tensión Visual

La sombra diagonal proyectada sobre la pared amarilla crea tensión visual al cruzar las líneas verticales rectas. Esta "relación entre fuerzas opuestas" rompe la monotonía de la cuadrícula geométrica.

.03

Direccionalidad

La mirada del modelo hacia la derecha (fuera de campo) establece la "dirección" y sugiere un movimiento o interés hacia algo que el espectador no ve, reforzando el concepto de "curiosidad" (Stay Curious).

.01

Composición

La disposición de los elementos sigue una estructura fotográfica clásica (regla de los tercios). El texto inferior (metadatos técnicos: 72mm, ISO50) recontextualiza toda la imagen: no es solo una foto de moda, es una prueba de capacidad técnica.

.02

Figura y fondo

La relación es clara gracias al contraste cromático. La chaqueta oscura (figura) se recorta sobre el fondo brillante, asegurando una "buena gestión de figura-fondo" que garantiza legibilidad.

.03

Significación Visual

La combinación de colores vibrantes, estilo urbano y datos técnicos construye un sentido global de "maestría fotográfica accesible". El análisis estructural revela que la marca busca comunicar que su dispositivo captura la realidad con calidad artística profesional ("Master Series").



SÍMBOLO: La fotografía vibrante, los metadatos técnicos (ISO, obturación) y el logotipo "Stay curious".

CONCEPTO: Interpretación de fotografía profesional móvil; el espectador asocia la nitidez y el color con una herramienta creativa de alto nivel.

REFERENTE: La cámara del teléfono realme GT 8 Pro y la calidad óptica que este hardware posee en la realidad.

ALFABETO, GRAMÁTICA Y SINTÁXIS VISUAL

T3

2025



Punto

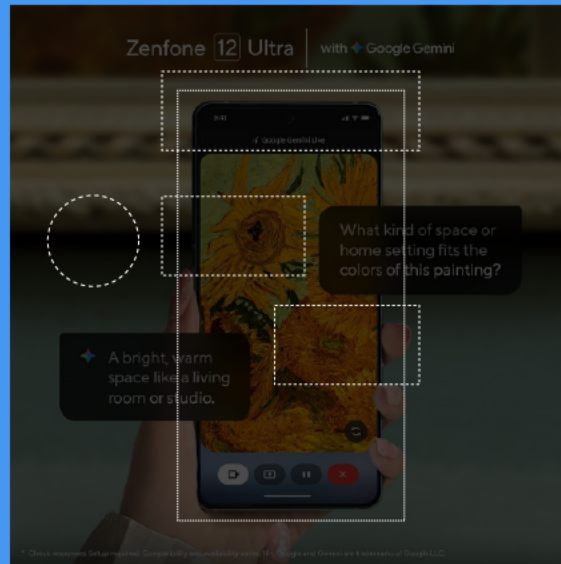
La pantalla del dispositivo actúa como el "foco principal de interés" o unidad mínima de atención visual. Específicamente, el detalle de la pintura de Van Gogh atrae la mirada de inmediato por su intensidad cromática.

Forma

Se contraponen dos tipologías: la forma geométrica (rectangular y precisa) del teléfono y las cajas de texto, que comunican racionalidad tecnológica, frente a la forma orgánica (natural y expresiva) de los girasoles y la mano.

Textura

La imagen explota la "sensación táctil o visual". Se percibe la rugosidad de las pinceladas (impasto) en la obra de arte digitalizada, contrastando con la superficie lisa y tecnológica de la pantalla, lo que aporta una sensación de materialidad híbrida.



ASUS

Me gusta: 182
Comentarios: 4

Instagram
13 de Noviembre 2025



@asus

Color - Valor y Contraste:



El manejo del color es central para el "ADN visual". La calidez vibrante (amarillos/naranjas) de la pintura contrasta fuertemente con el fondo neutro. Este contraste de valor define el énfasis y asegura la legibilidad del texto sobre la imagen compleja.

Espacio (Negativo)

El fondo desenfocado actúa como espacio negativo. Su función es aportar "claridad, respiración y jerarquía visual", permitiendo que el elemento positivo (el teléfono) destaque sin competencia.

.01 Escala

La ubicación de las burbujas de texto (una a la derecha y otra a la izquierda en diagonal) genera una relación entre fuerzas opuestas. Esta disposición crea dinamismo y simula el flujo de una conversación real, evitando una composición estática.

.02 Equilibrio

La pieza muestra un equilibrio simétrico en su eje vertical (el teléfono centrado), lo que refleja estabilidad, aunque las burbujas rompen ligeramente esa simetría para añadir modernidad.

.03 Jerarquía visual

La organización dirige la lectura del espectador paso a paso:

1. Estímulo visual: La pintura en pantalla (atención inmediata).
2. Interacción: Las burbujas de chat (lectura de la función AI).
3. Marca: El texto superior "Zenfone 12 Ultra" (identificación).

.01 Direccionalidad

El flujo visual está determinado por la lógica de lectura conversacional (pregunta a la derecha -> respuesta a la izquierda), guiando el ojo a través de la funcionalidad del producto

.02 Figura y fondo

La relación perceptiva es de alta definición. El teléfono (figura) se recorta nitidamente sobre el entorno borroso (fondo), lo que asegura una gestión de foco óptima.

.03 Gestalt (Leyes perceptivas)

1. Proximidad: Asociamos el texto y el icono de "Google Gemini" como una unidad funcional debido a su cercanía física.
2. Continuidad: Aunque las burbujas de chat cubren parte de la pintura, nuestra mente "completa" la imagen de los girasoles detrás, permitiendo comprender la totalidad de la obra.



SÍMBOLO: El dispositivo físico, la interfaz gráfica de chat y la reproducción digital de los Girasoles de Van Gogh.

CONCEPTO: Interpretación de inteligencia asistida; el usuario asocia la marca con conocimiento instantáneo y accesibilidad cultural.

REFERENTE: El smartphone Zenfone real y la capacidad de la inteligencia artificial (Gemini) para analizar imágenes