



Módulo 4. Diseño para la Comunicación

☰ [Introducción](#)

☰ [Narrativa visual y presencia digital del diseño](#)

☰ [Referencias](#)

☰ [Descarga en PDF](#)

Introducción

En los procesos contemporáneos de diseño, la comunicación de los proyectos se desarrolla cada vez más en entornos digitales. Las propuestas ya no se experimentan únicamente en el espacio físico donde se producen, sino también a través de imágenes, plataformas de comercio electrónico, redes sociales y dispositivos móviles. En este contexto, el diseño se articula con sistemas de representación visual que permiten presentar, difundir e interpretar los proyectos dentro de circuitos digitales de circulación de imágenes.

Si retomamos lo trabajado en las lecturas anteriores, el diseño fue abordado inicialmente como un proceso proyectual que organiza problemas, materiales y decisiones dentro de un sistema de trabajo estructurado. Posteriormente se analizaron los elementos formales que configuran la percepción visual de una propuesta, como la forma, la línea, el color o la textura. En la lectura anterior, la atención se desplazó hacia la materialidad

textil y su comportamiento dentro del espacio escénico, observando cómo las propiedades físicas de los materiales influyen en la construcción de atmósferas y configuraciones espaciales.

En el escenario actual, estas dimensiones del diseño se articulan con una nueva capa de mediación: la representación digital. Gran parte de los proyectos de diseño se conocen, se analizan y se difunden a través de imágenes publicadas en plataformas digitales. Según el informe **Digital 2024 Global Overview Report**, más del 60 % de la población mundial utiliza redes sociales de forma regular, lo que ha transformado estos entornos en espacios centrales para la circulación de imágenes, productos y propuestas creativas (Kemp, 2024). Este contexto introduce nuevas preguntas para el diseñador: ¿cómo se piensa un proyecto cuando su primera experiencia ocurre a través de una pantalla? ¿De qué manera la fotografía, el video o las plataformas digitales influyen en la forma en que se conciben los objetos y las escenas? ¿Cómo se organizan las imágenes para comunicar un proyecto de diseño dentro de sistemas visuales digitales?

Estas preguntas permiten comprender que el diseño contemporáneo no se limita a la producción material de objetos o espacios. También implica construir representaciones visuales capaces de comunicar esos proyectos dentro de plataformas digitales. En este sentido, el diseñador trabaja simultáneamente

con materiales físicos y con dispositivos de representación visual que organizan la experiencia del público.

«El diseño estructura las interfaces a través de las cuales las personas interactúan con los artefactos y la información» (Bonsiepe, 1999).

A lo largo de esta unidad se abordará cómo el diseño se adapta a distintos formatos de comunicación visual dentro de entornos digitales. En primer lugar, se analizará el diseño pensado para fotografía, considerando cómo los objetos y materiales se organizan para ser representados visualmente. Posteriormente, se examinarán las estrategias de diseño utilizadas en plataformas de comercio electrónico, donde la imagen se convierte en un elemento central para la presentación de productos. Finalmente, se estudiará el diseño orientado a redes sociales, observando cómo la circulación rápida de imágenes modifica las decisiones compositivas y narrativas dentro del proceso de diseño.

Diseño pensado para fotografía

En el contexto contemporáneo del diseño, la fotografía se ha convertido en uno de los principales medios a través de los cuales los proyectos son presentados, analizados y difundidos. Muchos objetos, espacios o propuestas escénicas se conocen inicialmente a través de imágenes publicadas en plataformas digitales antes de ser experimentados de manera directa. Esta situación introduce una variable proyectual específica: el diseñador comienza a considerar cómo el proyecto será percibido a través del encuadre fotográfico y de los sistemas visuales en los que circulará.

Pensar el diseño para fotografía implica comprender que la imagen funciona como una instancia de mediación entre el objeto diseñado y el público. La fotografía no solo registra un proyecto terminado, sino que organiza una interpretación visual del mismo. Elementos como la iluminación, el punto de vista, la composición o la relación entre los objetos dentro del encuadre influyen en la manera en que el proyecto es comprendido.

«El diseño actúa como una organización visual que estructura la manera en que percibimos los objetos y su contexto» (Bonsiepe, 1999).

proyecto. En consecuencia, el diseñador suele considerar cómo se relacionarán los distintos elementos del proyecto dentro de la composición fotográfica.

«Las representaciones visuales permiten explorar y comunicar las soluciones generadas durante el proceso de diseño» (Cross, 2006).

En el ámbito profesional, la producción fotográfica de proyectos de diseño suele integrar decisiones vinculadas con la composición visual y con la organización espacial de los elementos representados. Estas decisiones permiten que la imagen comunique de manera clara las cualidades del proyecto y facilite su interpretación dentro de plataformas digitales o publicaciones especializadas.

ENTRE LOS ASPECTOS QUE SUELEN ANALIZARSE CUANDO SE DISEÑA PENSANDO EN SU REPRESENTACIÓN FOTGRÁFICA SE ENCUENTRAN:

- **la relación entre objeto, fondo y entorno visual dentro del encuadre**, aspecto que influye en la claridad con la que se perciben las formas y materiales del proyecto. En muchos casos se utilizan fondos

neutros o escenarios controlados que permiten destacar las características formales del objeto sin introducir elementos visuales que compitan con la composición principal.

- **la organización de la iluminación y las sombras dentro de la escena**, variable que permite revelar texturas, volúmenes y detalles materiales del proyecto. La iluminación puede utilizarse para enfatizar determinadas zonas del objeto, generar contrastes que definan la forma o construir una atmósfera visual específica dentro de la imagen.

Tabla 1. Variables de composición en fotografía aplicada al diseño

Variable	Descripción	Efecto visual
Encuadre	Selección del fragmento del espacio que se representa	Define jerarquías dentro de la imagen
Iluminación	Distribución de la luz sobre el objeto	Destaca volumen y textura
Fondo	Superficie o espacio que rodea el objeto	Organiza la claridad visual de la

		composición
Punto de vista	Posición de la cámara respecto del objeto	Modifica la percepción de forma y escala

Fuente: elaboración propia con base en Cross (2006).

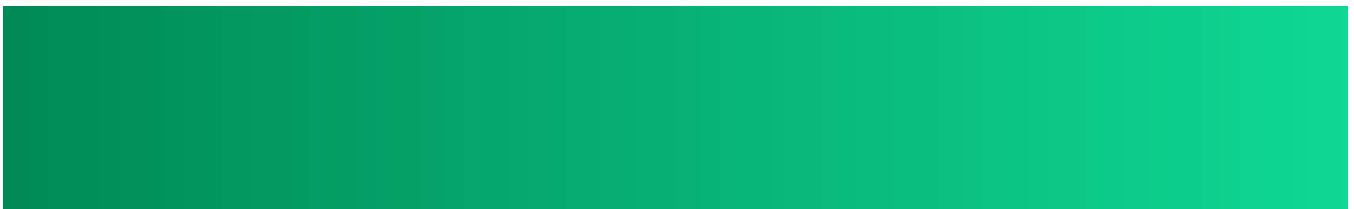
En el desarrollo del proceso proyectual, la fotografía también puede funcionar como herramienta de análisis. Durante las etapas de experimentación, los diseñadores suelen registrar prototipos, maquetas o configuraciones espaciales mediante imágenes que permiten observar el proyecto desde diferentes perspectivas. Este registro visual facilita la evaluación de las decisiones formales y permite identificar aspectos que pueden ajustarse en etapas posteriores del proceso.

Cuando el diseño se concibe considerando su representación fotográfica, el proyecto integra simultáneamente dos dimensiones: el material y la visual. El objeto o la escena se construyen en el espacio físico, pero su circulación y difusión dependen en gran medida de la imagen que los representa. Comprender esta relación permite que el diseñador organice las cualidades formales y materiales del proyecto de manera que puedan comunicarse con claridad dentro de los sistemas visuales contemporáneos.

Diseño para *e-commerce*

En los entornos digitales actuales, gran parte de los objetos diseñados se presentan, se analizan y se adquieren a través de plataformas de comercio electrónico. En estos sistemas, la experiencia del usuario se construye fundamentalmente mediante imágenes, descripciones y estructuras visuales que organizan la información del producto dentro de una interfaz digital. En consecuencia, el diseño para *e-commerce* implica considerar cómo los objetos, materiales o proyectos se presentan visualmente dentro de sistemas que combinan fotografía, tipografía, jerarquía informativa y navegación interactiva.

A diferencia de otros contextos de representación visual, las plataformas de comercio electrónico organizan la experiencia del usuario mediante interfaces que estructuran la información en secuencias visuales específicas. El usuario observa una imagen principal del producto, accede a vistas complementarias, revisa detalles ampliados y consulta información adicional antes de tomar una decisión de compra. Este recorrido visual transforma la manera en que los proyectos de diseño se presentan en entornos digitales.




«El diseño organiza interfaces que median la relación entre las personas, la información y los objetos» (Bonsiepe, 1999).

Desde esta perspectiva, el diseño para *e-commerce* no se limita a la producción de imágenes de productos. También implica comprender cómo se construye la interacción visual dentro de la plataforma. La disposición de imágenes, la relación entre texto e imagen y la organización de los elementos gráficos influyen en la forma en que el usuario interpreta la información disponible.

En muchas plataformas digitales, la imagen del producto ocupa un lugar central dentro de la interfaz. Esta imagen actúa como primer punto de contacto entre el objeto y el usuario. La claridad visual de la fotografía, la neutralidad del fondo y la consistencia en el encuadre permiten que los productos se perciban con mayor precisión dentro de catálogos digitales donde múltiples objetos compiten por la atención del usuario.

«Las representaciones visuales permiten comunicar las características de los objetos cuando el contacto directo no está disponible» (Cross, 2006).



En el diseño para *e-commerce*, la organización de las imágenes responde a una lógica secuencial que permite al usuario comprender progresivamente el objeto presentado. Una primera imagen suele mostrar el producto completo dentro de un encuadre limpio. Las imágenes siguientes revelan detalles materiales, variaciones del objeto o situaciones de uso. Esta secuencia visual cumple una función informativa que sustituye parcialmente la experiencia física del objeto.

Además de las imágenes, las plataformas de comercio electrónico organizan información textual que complementa la lectura visual del producto. Descripciones, especificaciones técnicas, dimensiones o instrucciones de uso se integran dentro de la interfaz para ampliar la comprensión del objeto. La combinación entre imagen e información textual constituye uno de los elementos centrales del diseño en este tipo de entornos.

ENTRE LOS ASPECTOS QUE SUELEN CONSIDERARSE EN EL DISEÑO VISUAL DE PRODUCTOS DENTRO DE PLATAFORMAS DE E-COMMERCE SE ENCUENTRAN:

- **la construcción de una secuencia visual de imágenes que permita comprender el objeto desde diferentes perspectivas,**

estrategia que busca reemplazar parcialmente la experiencia directa con el producto. A través de diferentes encuadres, ampliaciones de detalles o vistas de uso, las imágenes permiten que el usuario reconozca la forma, el tamaño y las características materiales del objeto. Esta secuencia visual funciona como una narrativa visual que organiza la información disponible dentro de la plataforma.

- **la organización jerárquica de la información dentro de la interfaz digital**, donde la relación entre imagen, texto y elementos gráficos define la claridad con la que el usuario interpreta el contenido de la página. En muchos casos, la imagen principal ocupa el centro visual de la interfaz, mientras que los textos explicativos, las especificaciones técnicas y los elementos de interacción se organizan en zonas secundarias que acompañan la lectura visual del producto.

En el desarrollo del proceso de diseño, estas variables influyen en la manera en que los objetos son concebidos y representados. Los diseñadores consideran cómo las cualidades formales, materiales y funcionales del proyecto se traducirán en imágenes que circularán dentro de plataformas digitales. De esta manera, la representación visual del producto se integra desde etapas tempranas del proceso proyectual.

En este contexto, el diseño para *e-commerce* articula diferentes dimensiones del trabajo proyectual. Por un lado, el objeto debe resolver aspectos materiales, funcionales y formales propios del diseño. Por otro lado, debe ser representado mediante sistemas

visuales que permitan comunicar esas cualidades dentro de interfaces digitales. La integración de estas dimensiones permite que los proyectos se presenten de manera clara dentro de entornos donde la experiencia del usuario depende principalmente de la imagen y de la organización visual de la información.

Diseño para redes sociales

En los entornos digitales actuales, las redes sociales funcionan como uno de los principales espacios de circulación de imágenes vinculadas al diseño. Plataformas como Instagram, Pinterest, TikTok o Behance organizan flujos constantes de contenido visual donde proyectos, objetos y procesos creativos se presentan mediante imágenes breves, secuencias visuales o videos de corta duración. En este contexto, el diseño se integra en sistemas de comunicación donde la imagen debe captar la atención rápidamente y transmitir información visual de manera clara dentro de una pantalla.

A diferencia de otros formatos de representación del diseño, las redes sociales introducen una lógica de visualización basada en la rapidez de lectura y en la interacción constante con el contenido.

Los usuarios recorren secuencias de imágenes en desplazamientos continuos dentro de la interfaz de la plataforma. En consecuencia, las composiciones visuales deben organizarse de manera que puedan ser comprendidas en tiempos de observación breves. Esta dinámica influye en la forma en que los proyectos se fotografían, se editan y se presentan.

Desde la perspectiva del diseño, las redes sociales pueden entenderse como interfaces visuales que organizan grandes cantidades de imágenes dentro de estructuras de navegación específicas. Cada publicación se presenta como un fragmento visual dentro de un flujo más amplio de contenido. La claridad compositiva, la consistencia estética y la capacidad de sintetizar información visual se vuelven variables relevantes para la comunicación del proyecto.

Tabla 2. Características del diseño visual en redes sociales

Dimensión	Característica	Impacto en la comunicación del diseño
------------------	-----------------------	--

Formato de pantalla	Visualización en dispositivos móviles	Adaptación del diseño a composiciones verticales
Ritmo de consumo	Navegación rápida entre imágenes	Síntesis visual y claridad compositiva
Interacción	Comentarios, reacciones y compartidos	Amplificación de la circulación del contenido
Secuencia visual	Series de imágenes o carruseles	Construcción de narrativa visual breve

Fuente: elaboración propia con base en Bonsiepe (1999).

Dentro de este contexto, el diseñador organiza las imágenes del proyecto considerando cómo se integrarán dentro del flujo visual de la plataforma. Las fotografías de objetos, los registros de procesos o las representaciones del espacio escénico se presentan mediante composiciones que priorizan la legibilidad visual dentro de pantallas de tamaño reducido.

ENTRE LAS ESTRATEGIAS HABITUALES UTILIZADAS PARA COMUNICAR PROYECTOS DE DISEÑO EN REDES SOCIALES SE ENCUENTRAN:

- **la construcción de una identidad visual consistente entre las distintas publicaciones**, donde colores, encuadres, materiales y composiciones mantienen una relación visual reconocible. Esta continuidad permite que el público identifique rápidamente el tipo de proyecto presentado y establezca vínculos entre distintas publicaciones dentro del perfil del diseñador o del estudio.
- **la organización de secuencias visuales que muestran el desarrollo del proyecto**, práctica frecuente en publicaciones que utilizan carruseles o series de imágenes. En estas secuencias se presentan bocetos, materiales, procesos de producción y resultados finales, permitiendo que el público comprenda el recorrido del diseño desde su concepción hasta su materialización.

En este sentido, el diseño para redes sociales introduce una dimensión comunicacional dentro del proceso proyectual. Los proyectos se desarrollan en el espacio material, pero su visibilidad depende en gran medida de cómo se representan dentro de plataformas digitales. Comprender estas dinámicas permite que el diseñador articule la producción material del proyecto con estrategias de representación visual que facilitan su circulación dentro de los sistemas contemporáneos de comunicación digital.

CONTINUAR

Narrativa visual y presencia digital del diseño

En los entornos contemporáneos de comunicación digital, el diseño no solo se presenta mediante imágenes estáticas, sino también a través de secuencias visuales, videos breves y registros de proceso que circulan en plataformas digitales. Estas formas de representación amplían las posibilidades de comunicar proyectos de diseño y permiten mostrar no solo el resultado final, sino también las etapas de experimentación, producción y montaje que forman parte del proceso proyectual. En este contexto, la presencia digital de un proyecto se construye mediante la articulación de distintos formatos visuales que integran imagen, movimiento y narrativa.

Si retomamos lo trabajado en la unidad anterior, el diseño fue analizado desde su representación visual en entornos digitales. Se abordó la manera en que los proyectos se organizan para ser fotografiados, cómo los objetos se presentan dentro de plataformas de comercio electrónico y cómo las redes sociales

estructuran la circulación de imágenes en formatos breves y de consumo rápido. Estas instancias permiten comprender que la representación visual constituye hoy una dimensión central del proceso de diseño, ya que muchas propuestas se conocen y se interpretan inicialmente a través de pantallas.

A partir de esta base, la comunicación del diseño incorpora nuevas formas de construcción visual que incluyen movimiento, video y secuencias narrativas. La incorporación de estos recursos permite mostrar el comportamiento de los materiales, el funcionamiento de los objetos o la transformación del espacio escénico a lo largo del tiempo. De esta manera, el diseño se comunica no solo mediante imágenes aisladas, sino también a través de narrativas visuales que organizan la experiencia del público.

Según el informe **Digital 2024 Global Overview Report**, más del 90 % de los usuarios de internet consume contenidos audiovisuales en línea de forma habitual, lo que ha consolidado al video como uno de los principales formatos de comunicación digital (Kemp, 2024). Este contexto introduce nuevas preguntas dentro del proceso proyectual: ¿cómo se comunica un proyecto cuando el público accede a él mediante secuencias audiovisuales? ¿De qué manera el registro del proceso de diseño se convierte en parte de la narrativa visual del proyecto? ¿Cómo

se integran las técnicas manuales y las herramientas digitales en la producción contemporánea de contenidos visuales?

«El diseño configura interfaces que organizan la relación entre las personas, los objetos y la información» (Bonsiepe, 1999).

Estas preguntas permiten comprender que el diseño contemporáneo se desarrolla en un escenario donde la producción material y la representación digital se encuentran profundamente conectadas. Los proyectos se construyen mediante procesos que combinan experimentación manual, herramientas digitales y sistemas de comunicación visual que permiten compartir esas experiencias con públicos más amplios.

A lo largo de esta unidad se abordarán distintas estrategias que permiten comunicar proyectos de diseño en entornos digitales. En primer lugar, se analizará el uso del movimiento y del video como recursos para representar objetos, espacios y materiales dentro de plataformas digitales. Posteriormente, se examinarán los procesos híbridos que articulan producción manual y herramientas digitales en el desarrollo del diseño

contemporáneo. Finalmente, se estudiará cómo estas estrategias contribuyen a construir una presencia digital coherente para proyectos de diseño dentro de sistemas de comunicación visual en línea.

Movimiento, video y presencia digital

En los entornos contemporáneos de comunicación visual, el video y la imagen en movimiento se han incorporado como herramientas habituales para presentar proyectos de diseño. A diferencia de la fotografía, que captura un momento específico del objeto o del espacio, el video permite mostrar transformaciones, comportamientos materiales y relaciones espaciales a lo largo del tiempo. En el caso del diseño escénico o del diseño de objetos, estas características permiten representar procesos, movimientos y variaciones perceptivas que resultan difíciles de comunicar mediante imágenes estáticas.

La incorporación del video dentro de la comunicación del diseño se relaciona con la manera en que los usuarios consumen contenido en plataformas digitales. Muchas redes sociales priorizan formatos audiovisuales breves que se reproducen automáticamente dentro del flujo de navegación. En consecuencia, los diseñadores integran cada vez más recursos

audiovisuales para presentar proyectos, documentar procesos de trabajo y construir una presencia digital coherente.

«El diseño organiza sistemas de comunicación visual que permiten interpretar los objetos y su funcionamiento» (Bonsiepe, 1999).

En el ámbito del diseño, el video permite mostrar aspectos del proyecto que permanecen ocultos en una imagen estática. El movimiento de una tela dentro del espacio escénico, el funcionamiento de un mecanismo o la interacción entre distintos materiales pueden observarse con mayor claridad cuando se registran mediante secuencias audiovisuales. Estas representaciones permiten ampliar la comprensión del proyecto y comunicar su comportamiento dentro del espacio.

Figura 3. Registro audiovisual de procesos y proyectos de diseño en entornos digitales.



Fuente: imágenes de referencia sobre documentación audiovisual de proyectos de diseño utilizadas con fines ilustrativos.

En muchos proyectos contemporáneos, el registro audiovisual se integra al propio proceso de diseño. Los equipos documentan las etapas de experimentación material, las pruebas de iluminación o los ensayos escénicos mediante videos que permiten observar cómo evolucionan las decisiones proyectuales. Este tipo de documentación visual no solo facilita el análisis interno del proyecto, sino que también permite comunicar el proceso creativo a través de plataformas digitales.

«Las representaciones visuales permiten explorar, evaluar y comunicar las soluciones generadas durante el proceso de diseño» (Cross, 2006).

Tabla 3. Funciones del video en la comunicación del diseño

Función del video	Descripción	Aplicación en proyectos de diseño
Documentación de proceso	Registro de etapas de experimentación y producción	Registro de montaje escénico
Representación del movimiento	Visualización del comportamiento de objetos o materiales	Movimiento de textiles en escena
Explicación funcional	Presentación del funcionamiento de un objeto o sistema	Demostración de mecanismos

Comunicación narrativa	Construcción de una secuencia visual del proyecto	Videos de presentación de proyectos
------------------------	---	-------------------------------------

Fuente: elaboración propia con base en Bonsiepe (1999) y Cross (2006).

Además de mostrar el comportamiento del proyecto, el video permite organizar una narrativa visual que guía la atención del público. La combinación de encuadres, movimientos de cámara y secuencias temporales construye un recorrido visual que permite comprender la lógica del diseño. Esta narrativa audiovisual se vuelve especialmente relevante en contextos donde los proyectos circulan principalmente a través de pantallas.

ENTRE LAS ESTRATEGIAS MÁS UTILIZADAS PARA COMUNICAR PROYECTOS DE DISEÑO MEDIANTE VIDEO SE ENCUENTRAN:

- **el registro del proceso de diseño como parte del contenido visual del proyecto**, práctica frecuente en la que se documentan bocetos, pruebas materiales, prototipos o instancias de montaje. Este tipo de registros permite mostrar cómo evoluciona el proyecto desde las primeras ideas hasta su materialización final, ofreciendo una mirada más amplia sobre el trabajo del diseñador.
- **la utilización de secuencias audiovisuales breves adaptadas a plataformas digitales**, donde la duración del contenido y el ritmo de edición responden a las dinámicas de visualización propias de redes sociales o plataformas de difusión creativa. En estos formatos, las

imágenes en movimiento se organizan de manera sintética para transmitir las características principales del proyecto en pocos segundos.

Figura 4. Producción de contenidos audiovisuales breves para plataformas digitales.



Fuente: imágenes de referencia sobre producción audiovisual aplicada a la comunicación de proyectos de diseño.

Tabla 4. Recursos audiovisuales utilizados en la comunicación digital del diseño

Recurso audiovisual	Característica	Uso en diseño
Video corto	Duración breve y edición dinámica	Presentación rápida de proyectos
Time-lapse	Registro acelerado del proceso	Documentación de montaje o producción
Cámara en movimiento	Recorrido visual del espacio	Presentación de escenografías
Detalle en movimiento	Enfoque en materiales o texturas	Observación del comportamiento material

Fuente: elaboración propia con base en Cross (2006).

En el contexto actual, la producción audiovisual se integra progresivamente al trabajo cotidiano de los diseñadores. La combinación entre fotografía, video y registro de procesos permite construir una presencia digital que comunica tanto los

resultados como las etapas de desarrollo del proyecto. De esta manera, el diseño se presenta como una práctica que articula producción material, representación visual y circulación digital dentro de sistemas contemporáneos de comunicación.

Procesos híbridos: articulación entre producción manual y herramientas digitales —

En el desarrollo contemporáneo del diseño, los procesos de trabajo integran cada vez con mayor frecuencia la combinación de técnicas manuales y herramientas digitales. Esta articulación permite que el diseñador explore materiales físicos, construya prototipos o realice pruebas espaciales mientras, en paralelo, utiliza dispositivos digitales para registrar, editar y comunicar esas experiencias. De este modo, el proceso proyectual se organiza como un sistema híbrido donde la experimentación material y la representación digital se complementan.

Los métodos manuales continúan ocupando un lugar importante en las primeras etapas del diseño. El dibujo a mano, la construcción de maquetas o la manipulación directa de materiales permiten observar propiedades físicas que resultan difíciles de anticipar mediante simulaciones digitales. En el caso del diseño escénico o del trabajo con textiles, por ejemplo, la experimentación directa permite comprender cómo se comportan las superficies, cómo interactúan con la luz o cómo se transforman al ser tensionadas o plegadas.

«El método proyectual se desarrolla mediante una secuencia de operaciones que transforman un problema en una solución material» (Munari, 1981).

A partir de estas exploraciones iniciales, las herramientas digitales permiten ampliar las posibilidades de análisis y comunicación del proyecto.

Fotografías, registros audiovisuales, modelos tridimensionales o plataformas de edición visual facilitan la documentación del proceso y la producción de representaciones que pueden compartirse en entornos digitales. Estas herramientas permiten revisar el proyecto desde diferentes perspectivas, analizar proporciones, modificar composiciones y generar presentaciones visuales que acompañan el desarrollo del diseño.

En este contexto, el diseñador alterna constantemente entre la experimentación manual y la representación digital. Las pruebas materiales generan información sobre el comportamiento de los objetos o de los espacios, mientras que los registros digitales permiten observar esas pruebas con mayor distancia analítica y reorganizar la información visual del proyecto. Esta dinámica produce un flujo de trabajo en el que la materialidad y la representación visual se influyen mutuamente.

«Las representaciones visuales funcionan como herramientas cognitivas que permiten explorar y desarrollar soluciones en el proceso de diseño» (Cross, 2006).

Entre las prácticas habituales que reflejan esta integración entre lo manual y lo digital se encuentran:

- **la documentación visual de procesos manuales mediante herramientas digitales**, práctica en la que bocetos, maquetas o experimentaciones materiales se registran mediante fotografía o video para ser analizados posteriormente. Este tipo de documentación permite observar detalles formales, relaciones espaciales o comportamientos materiales que pueden pasar desapercibidos durante la manipulación directa. Además, facilita la construcción de archivos visuales del proyecto que permiten revisar decisiones tomadas en etapas anteriores del proceso.
- **la utilización de herramientas digitales para reorganizar y comunicar las exploraciones materiales**, estrategia que implica editar imágenes, producir composiciones visuales o generar secuencias narrativas que muestran la evolución del proyecto. A través de estas herramientas, el diseñador puede presentar prototipos,

materiales y pruebas espaciales de manera clara dentro de plataformas digitales o presentaciones académicas.

La integración de estos procesos híbridos refleja una característica central del diseño contemporáneo: la coexistencia de prácticas materiales y digitales dentro del mismo flujo de trabajo. El proyecto se desarrolla en el espacio físico mediante la manipulación de materiales y la construcción de prototipos, pero al mismo tiempo se registra, se analiza y se comunica mediante sistemas visuales digitales.

Esta dinámica permite que el diseñador combine la exploración directa de los materiales con la capacidad de registrar y difundir el proceso de diseño en entornos digitales. En consecuencia, el proceso proyectual se transforma en una práctica que articula experimentación material, representación visual y comunicación digital dentro de un mismo sistema de trabajo.

Construcción de identidad visual en entornos digitales —

En el contexto contemporáneo de comunicación del diseño, la presencia digital de un proyecto se construye mediante una organización coherente de imágenes, materiales y recursos visuales que circulan en distintas plataformas. Esta organización permite que los proyectos mantengan una identidad reconocible dentro de entornos donde la cantidad de contenido visual es muy elevada y donde la atención del público se distribuye entre múltiples estímulos visuales. En consecuencia, el diseño no solo se ocupa de la producción de objetos o espacios, sino también de la manera en que esos proyectos se representan y se articulan visualmente en plataformas digitales.

La identidad visual en entornos digitales se construye a partir de decisiones que afectan la consistencia estética del contenido publicado. Colores, materiales, encuadres fotográficos, tipografías y estilos de iluminación pueden formar parte de un sistema visual que permite

reconocer rápidamente el origen de las imágenes. Cuando estas decisiones se mantienen a lo largo del tiempo, el conjunto de publicaciones comienza a formar una narrativa visual coherente que identifica al diseñador o al proyecto dentro del ecosistema digital.

«El diseño organiza sistemas visuales que permiten comunicar información y estructurar la experiencia del usuario» (Bonsiepe, 1999).

Desde esta perspectiva, la identidad visual no se limita a un logotipo o a un conjunto de elementos gráficos aislados. Se trata de una construcción progresiva que emerge a partir de la repetición de decisiones visuales dentro de diferentes publicaciones. Fotografías de proyectos, registros de procesos, fragmentos de materiales o videos breves pueden integrarse dentro de una misma lógica estética que organiza la presencia digital del diseñador.

En el campo del diseño escénico o del diseño material, estas decisiones suelen vincularse con las características propias de los proyectos producidos. Los materiales utilizados, las atmósferas lumínicas o los tipos de encuadre empleados para registrar los objetos pueden formar parte del sistema visual que identifica al proyecto. De este modo, la identidad digital se construye en relación directa con la materialidad y con el lenguaje visual del diseño.

«Las representaciones visuales permiten construir narrativas que comunican el desarrollo y la lógica de los proyectos» (Cross, 2006).

En el desarrollo de esta identidad visual, las plataformas digitales funcionan como interfaces que organizan la información visual del proyecto. Los perfiles en redes sociales, los portafolios en línea o las páginas web estructuran secuencias de imágenes que permiten observar la evolución del trabajo del diseñador. La forma en que estas imágenes se organizan, se edita y se presentan influye en la interpretación general del proyecto.

Entre las estrategias que suelen emplearse para construir una identidad visual coherente en entornos digitales se encuentran:

- **la organización de una estética visual consistente en las imágenes del proyecto**, práctica que implica mantener relaciones

reconocibles entre encuadres, iluminación, colores y materiales presentes en las fotografías o videos publicados. Esta continuidad visual permite que las imágenes funcionen como parte de un mismo sistema comunicacional y facilita que el público identifique el estilo del diseñador o del estudio incluso cuando las publicaciones aparecen de manera fragmentada dentro del flujo de contenidos de las plataformas.

- **la construcción de narrativas visuales que articulan diferentes momentos del proceso de diseño**, estrategia que integra registros de experimentación material, bocetos, pruebas espaciales y resultados finales dentro de una misma secuencia de publicaciones. A través de estas narrativas, el público puede comprender cómo se desarrollan los proyectos y cómo las decisiones proyectuales evolucionan a lo largo del proceso de trabajo.

En este sentido, la identidad visual digital se construye como una extensión del proceso proyectual. Las decisiones formales, materiales y espaciales que se toman durante el desarrollo del diseño influyen también en la forma en que los proyectos se comunican en plataformas digitales. Cuando estas decisiones se articulan de manera coherente, el diseño adquiere una presencia visual que permite reconocer el proyecto dentro de los sistemas contemporáneos de circulación de imágenes.

De esta manera, la comunicación digital del diseño se convierte en un espacio donde convergen la producción material, la representación visual y la construcción de narrativas visuales. La identidad digital no es un elemento agregado al final del proceso, sino una dimensión que se integra progresivamente al trabajo del diseñador y que participa activamente en la manera en que los proyectos son interpretados, difundidos y compartidos en el contexto actual.

CONTINUAR

Referencias

Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfaz: Mutaciones del diseño*. Ediciones Infinito.

Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. Springer.

Munari, B. (1981). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili.

Papanek, V. (1971). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Pantheon Books.

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

CONTINUAR

Descarga en PDF



File Attachment Block

No file added