

EXPLORANDO EL IMPACTO VISUAL: LA INFLUENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL MUNDO DE LAS REDES SOCIALES

EXPLORING VISUAL IMPACT: THE INFLUENCE OF GRAPHIC DESIGN IN THE WORLD OF SOCIAL NETWORKS

Violeta Gregoria Escobar Rodríguez¹, Allan Kaleth Campo Quilloñes²

RESUMEN

En el gran mundo de las redes sociales la información día tras día compite rápidamente por nuestra atención, es aquí donde el diseño gráfico cumple un poderoso y fundamental papel al ayudar a las marcas y usuarios a comunicarse de manera efectiva ya sea por medio de publicaciones y contenidos que logran entretener y captar su atención. En este artículo indagamos en el universo del diseño gráfico en las redes sociales, explorando su impacto visual, el rol en la comunicación digital, las redes sociales y su influencia, con una metodología tipo descriptiva cualitativa a través de la revisión bibliográfica y análisis documental. Por otro lado, descubrimos cómo el diseño gráfico moldea nuestras experiencias en el mundo digital y redefine la forma en que nos relacionamos con marcas, ideas y comunidades. Las redes sociales han emergido como poderosas plataformas para la interacción social, la comunicación y la promoción de marcas y contenidos. En conclusión, se destaca el poder del diseño gráfico en el mundo de las redes sociales y su capacidad para influir en la percepción, la comunicación y la interacción en un entorno digital cada vez más visual y dinámico.

PALABRAS CLAVES

Comunicación digital, Diseño gráfico, Impacto visual, Influencia, Redes sociales

¹ estudiante VI semestre. Programa Diseño Gráfico. corporación Unificada Nacional del Educación Superior – CUN, violeta.escobar@cun.edu.co

² estudiante VI semestre. Programa Diseño Gráfico. Corporación Unificada Nacional del Educación Superior – CUN, allan.campo@cun.edu.co

ABSTRACT

In the great world of social networks, information day after day quickly competes for our attention, this is where graphic design plays a powerful and fundamental role in helping brands and users communicate effectively either through publications and content that manages to entertain and capture your attention. In this article we investigate the universe of graphic design on social networks, exploring its visual impact, the role in digital communication, social networks and their influence, with a qualitative descriptive methodology through bibliography review and documentary analysis. We discover how graphic design shapes our experiences in the digital world and redefines the way we engage with brands, ideas and communities. Social networks have emerged as powerful platforms for social interaction, communication and the promotion of brands and content. In conclusion, the power of graphic design in the world of social networks and its ability to influence perception, communication and interaction in an increasingly visual and dynamic digital environment is highlighted.

KEYWORDS

Digital communication, Graphic design, Visual impact, Influence, Social networks

INTRODUCCIÓN

El crecimiento tecnológico durante los últimos años ha implicado una transformación en el individuo, el cual ha dejado el lápiz y el papel de lado y ha comenzado a dejar huella a través de lo digital, especialmente a través del diseño gráfico y las redes sociales, han traído consigo cambios significativos en el individuo moderno, pues este ha tenido que adaptarse a lo virtual. Es por esto por lo que el presente artículo pretende responder a la pregunta ¿cuál es la influencia del diseño gráfico en las redes sociales y su impacto visual?

Por otro lado, el diseño gráfico emerge como un poderoso catalizador capaz de capturar miradas, despertar emociones y transmitir mensajes con una claridad y eficacia sin precedentes, Carson (2018) "el diseño gráfico es un lenguaje visual, y ser capaz de entenderlo es como aprender un nuevo idioma".

En este contexto, explorar el impacto visual del diseño gráfico en el entorno de las redes sociales se convierte en un viaje fascinante hacia la

intersección entre la creatividad, la tecnología y la psicología humana afirma Spiekermann (2020).

El diseño gráfico en las redes sociales se convierte en un agente de cambio cultural, moldeando percepciones, promoviendo tendencias y dando voz a aquellos que de otra manera podrían permanecer en silencio, en palabras de Glaser (2020). A través de este artículo, existe mucha información fascinante del universo visual, explorando cómo el diseño gráfico impulsa la narrativa digital, y finalmente cada página ofrece una nueva perspectiva sobre el papel central que desempeña el diseño gráfico en las redes sociales.

METODOLOGÍA

El propósito de este artículo es explorar y analizar de manera exhaustiva el impacto visual y la influencia del diseño gráfico en el mundo de las redes sociales. Utilizamos Google Académico y Redalyc, analizando el contenido de 78 libros, 4 revistas, 10 tesis y 16 artículos tipos informativos; de los cuales se escogieron aproximadamente 55 libros y 12 artículos ya que, nos brindaron la información necesaria para poder realizar este artículo y saber mucho más de este tema, asimismo se utilizaron las siguientes descripciones: "Diseño gráfico", "redes sociales, "impacto visual ", "influencia " entre otras.

Para búsquedas más avanzadas los registros obtenidos en Google Scholar, también se buscó en Redalyc, arrojando varios registros para los mismos términos. La investigación es descriptiva, se seleccionaron aquellos documentos que representará para la investigación o aportarán a los mismos detalles relevantes, es decir, nutrir con información valiosa a nuestro proyecto.

FUNDAMENTO TEÓRICO

1. Definición del Diseño gráfico

El diseño gráfico es una profesión, disciplina académica y arte aplicada, cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales con objetivos determinados, donde es habitual el uso de texto y gráficos para comunicarse visualmente, este permite transmitir mensajes de manera visualmente atractiva y comprensible para el público objetivo.

A través de elementos como colores, tipografías, imágenes y gráficos, se logra captar la atención del espectador y comunicar de forma clara y concisa. Sin duda alguna existen diversas definiciones del diseño gráfico desde ya hace muchos años hasta hoy en día es por ello que autores como López (2014) afirmó que el diseño gráfico es la organización, en un equilibrio armonioso de materiales, procedimientos y de todos los elementos que tienden a una determinada función; según Newark (2002) puede decirse que el diseñar es ante todo un acto que implica composición de partes en función de algo, pero en palabras muy interesantes para Drucker (2020) le gusta considerar al diseñador gráfico como un embajador entre la tecnología y las disciplinas creadoras del arte y las ciencias. En el mejor de los casos, el diseñador puede hacer que nuestro medio refleje las más profundas percepciones del artista y del científico, por otro lado, Rodríguez, Cano, Robalo, & Torres (1988) dicen que es el diseño gráfico es la capacidad de respuesta de un objeto, la configuración de la forma de los satisfactores que la sociedad demanda, y sólo se puede ser resuelta si se tiene disciplinas y responsabilidad.

De igual manera Pontis (2009) señala que el diseño gráfico es diseñador, y debe ser primero que nada un artista, porque el hombre que maneja la imagen posee un don y ese don lo da la sensibilidad y la sensibilidad es reconocida como un proceso humano extraordinario conocido como arte. Desconocerlo es un prejuicio, finalmente como menciona García (2018) & Garbellini (2019) el diseño gráfico es la comunicación visual que combina imágenes, palabras y conceptos para transmitir información a un público específico, y es la capacidad de comunicar un mensaje de manera efectiva a través de la combinación de elementos visuales y textuales, asimismo el diseño gráfico es una disciplina que utiliza la creatividad y la técnica para resolver problemas de comunicación visual en diferentes medios y contextos.

Dicho de otro modo, como se puede dar cuenta son diversas opiniones y definiciones que se tiene del diseño gráfico, concluimos que es una disciplina creativa y técnica que implica la planificación y creación de soluciones visuales para comunicar mensajes, ideas o conceptos de manera efectiva y atractiva. Se utiliza en una amplia variedad de campos, incluyendo publicidad, diseño de productos, diseño editorial, diseño web, y mucho más.

2. El Rol del Diseño Gráfico en la Comunicación Digital

El rol del diseño gráfico en la comunicación digital es fundamental en el mundo contemporáneo, donde la información se transmite y se consume principalmente a través de medios electrónicos. Desde sitios web hasta redes sociales, pasando por aplicaciones móviles y correos electrónicos y en palabras de Elisa (2024) argumenta que el papel del diseño gráfico en la comunicación digital es fundamental en el mundo contemporáneo, donde la información se transmite y consume principalmente a través de medios electrónicos”.

En primer lugar, este tiene el objetivo de captar la atención del espectador en un entorno caracterizado por la saturación de información. Con una competencia feroz por la atención del usuario, los diseñadores gráficos deben crear elementos visuales atractivos y llamativos que destaquen entre la multitud y motiven al usuario a interactuar con el contenido, afirma Dykinson (2023) dice que, en un entorno digital, el diseño gráfico juega un papel crucial a la hora de captar la atención del espectador”.

También el diseño gráfico desempeña un papel crucial en la comunicación digital al facilitar la transmisión efectiva de mensajes, fortaleciendo la identidad de marca, mejorando la experiencia del usuario y diferenciando una marca en un mercado altamente competitivo y en constante evolución desde la identidad de marca, la comunicación visual, la experiencia del usuario, y la creación de contenido.

Otro aspecto importante del diseño gráfico en la comunicación digital es su capacidad para mejorar la experiencia del usuario. Josemaría (2022) & Bedoya (2021) dicen que los elementos visuales bien diseñados no solo hacen que el contenido sea más atractivo, sino que también facilitan la comprensión y la interacción del usuario con la interfaz. Esto incluye el diseño de botones y llamadas a la acción claras, la organización visual de la información y la creación de flujos de trabajo intuitivos que guíen al usuario a través del contenido de manera efectiva.

Asimismo, Sabater (2020) sostiene que en un entorno digital donde la capacidad de atención es limitada, los elementos visuales deben comunicar información de forma rápida y concisa, utilizando tipografía legible, iconografía

intuitiva y un diseño de interfaz fácil de usar y finalmente Karina (2024) señala que el diseño gráfico juega un papel crucial en el establecimiento de una identidad de marca distintiva a través de elecciones de color, tipografía, imágenes y estilos visuales consistentes.

3. El Impacto visual del diseño gráfico

La sociedad actual está en constante evolución, y el diseño gráfico no se queda atrás, sino que lidera este cambio, las bases de toda empresa, para influir entre su público están cimentadas en las imágenes y colores que influyen en la sociedad. El diseño gráfico estudia el público y la manera en que puede influir en él, además aporta estrategias de cambio según la actualidad lo necesite, el diseño se ajusta a toda cultura, raza, o sociedad que exista en este planeta, Fernández (2022) “Es el corazón de la expresión visual en la era digital” por ello su impacto es tan grande.

La mayor parte de todo lo que percibimos en la actualidad es diseño gráfico, nuestro consumismo primero es visual, así como Herrera (2016) “el diseño transforma lo ordinario en extraordinario” y por ello el diseño gráfico se inclina a satisfacer las necesidades del público. El diseño gráfico impacta, y de gran manera en todo lo que hacemos o vemos, con relación a esto Frascara (2023) sostiene que “En la era digital, el diseño gráfico es el aliento que da vida a la narrativa visual, transformando la información en una experiencia sensorial enriquecedora”.

Por otro lado, el impacto visual es uno de los elementos más poderosos en el diseño gráfico. Cuando se trata de comunicación visual, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la forma en que percibimos la información, Además Ferreira (2021) dice que, en el mundo digital, el diseño gráfico es el lenguaje universal que conecta marcas con sus audiencias, transformando ideas en experiencias memorables, así como también Barcia (2021) opina que el diseño gráfico es el arte de comunicar ideas a través de la síntesis visual, dejando una impresión duradera en la mente del espectador.

Igualmente, el impacto visual del diseño gráfico se extiende a través de múltiples áreas, desde la comunicación efectiva hasta la creación de identidades de marca memorables y la influencia en las respuestas emocionales del

espectador, Rollie (2021) sostiene que en un mundo inundado de información, el diseño gráfico es el factor clave que determina qué mensajes se destacan y cuáles se pierden en el ruido digital y por otro lado, López (2019) argumenta que el impacto visual radica en tu capacidad para trascender las barreras del idioma y la cultura, logrando conexiones emocionales universales a través de la estética y la creatividad.

Este es una herramienta poderosa para conectar con las audiencias y transmitir mensajes de manera efectiva en un mundo cada vez más visual y digital, en palabras de Paredes (2014) básicamente el diseño gráfico no solo es una herramienta estética, sino un medio poderoso para influir en las emociones y decisiones de las personas en el entorno digital.

4. Las redes sociales en el diseño gráfico

Las redes sociales se han convertido en una parte integral de nuestras vidas, transformando la forma en que nos comunicamos, compartimos información y consumimos contenido visual. El mundo del diseño gráfico ha experimentado una revolución sin precedentes, impulsada por la omnipresencia y la influencia de plataformas como Instagram, Pinterest, Facebook y Twitter.

El diseño gráfico ha adquirido una importancia sin precedentes en el ámbito de las redes sociales, donde la competencia por la atención del usuario es feroz y la primera impresión es crucial. Según el diseñador gráfico Baro (2024) el diseño gráfico es la presentación visual de ideas. A través de la combinación de imágenes, palabras y conceptos, el diseño gráfico comunica información y promueve la comprensión y Durango (2014) dice que las redes sociales, tiene capacidad de comunicación y es esencial para destacar entre el diluvio constante de contenido en los feeds de los usuarios.

El diseño gráfico también se trata de funcionalidad y experiencia del usuario. Como señala el diseñador gráfico Arnau (2015) "el buen diseño es obvio" y Navaro (2021) "El gran diseño es aquel que es transparente". Del mismo modo Ferreira (2021) afirma que el diseño gráfico en las redes sociales debe ser intuitivo y fácil de entender para el usuario, lo que requiere un equilibrio entre la creatividad y la usabilidad. Por ejemplo, la elección de colores, tipografías y elementos visuales debe facilitar la navegación y la comprensión del contenido.

Además, el diseño gráfico en las redes sociales desempeña un papel importante en la construcción de la identidad de marca y la coherencia visual. Según el experto en branding Schraier (2024) una marca es la percepción que la gente tiene de una empresa, producto o servicio. En las redes sociales, esta percepción se forma en gran medida a través del diseño gráfico, que incluye elementos como el logotipo, la paleta de colores y el estilo visual. Mettini (2022) menciona que un diseño gráfico coherente y distintivo ayuda a una marca a destacar y a ser reconocida por su audiencia.

No obstante, la identidad de marca, el diseño gráfico en las redes sociales también influye en la participación del usuario y la viralidad del contenido. Según un estudio de la Universidad de Stanford, el contenido visual se procesa 60,000 veces más rápido que el texto, lo que lo hace más atractivo y memorable para los usuarios. Por lo tanto, el diseño gráfico efectivo puede aumentar la probabilidad de que un contenido se comparta y se vuelva viral en las redes sociales.

Para terminar, Ovalle (2021), Restrepo (2022) & Benavides (2022) explican que el diseño gráfico, es una disciplina que une la creatividad con la comunicación visual, ha encontrado en las redes sociales un escaparate global sin fronteras ni limitaciones. Desde la presentación de portafolios y la promoción de proyectos hasta la colaboración con clientes y la búsqueda de inspiración, las redes sociales han abierto nuevas oportunidades y desafíos para los diseñadores gráficos en todo el mundo.

5. La influencia del diseño gráfico en las redes sociales

El diseño gráfico en las redes sociales ha revolucionado la forma en que las personas interactúan, comunican y consumen información en línea. Desde la explosión de plataformas como Facebook, Twitter e Instagram hasta la creciente popularidad de nuevas redes como TikTok, el diseño gráfico se ha convertido en una herramienta esencial para captar la atención del público y transmitir mensajes de manera efectiva. En este texto, explicaremos la profunda influencia que el diseño gráfico ejerce en las redes sociales, abordando su papel en la construcción de marcas, la generación de engagement y la creación de contenido viral. Afirma Frascara (2023) las marcas utilizan elementos visuales

como logotipos, paletas de colores y tipografías consistentes para crear una imagen coherente y reconocible en plataformas digitales.

El diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la construcción de la identidad de marca en las redes sociales, con los elementos visuales que ayudan a diferenciar una marca de sus competidores y a establecer una conexión emocional con su audiencia. Pérez (2012) dice que el diseño gráfico se utiliza para crear contenido visualmente atractivo que refleje los valores y la personalidad de la marca y Marrón (2023) argumenta que lo que contribuye y fortalece la presencia en las redes sociales es generar confianza y lealtad entre los seguidores, Asimismo Inglis (2024) afirmó que las publicaciones que incluyen imágenes y gráficos atractivos tienen más probabilidades de captar la atención del público y de generar interacciones como likes, comentarios y compartidos.

De esta forma, según Sánchez (2017) las publicaciones que incluyen imágenes y gráficos atractivos tienen más probabilidades de captar la atención del público. Además de la construcción de marca, el diseño gráfico es fundamental para generar vistas y público en las redes sociales.

El diseño gráfico creativo y bien ejecutado puede despertar emociones, contar historias y transmitir mensajes de manera efectiva, lo que aumenta la probabilidad de que el contenido se vuelva viral y alcance a una audiencia más amplia. También el diseño gráfico se utiliza para optimizar el formato y la presentación del contenido en función de las características específicas de cada plataforma. Para Cervantes (2023) el contenido visualmente impactante y original tiene más probabilidades de ser compartido por los usuarios, lo que aumenta su alcance y su visibilidad.

Por último, el diseño gráfico se utiliza para optimizar el contenido para su distribución en plataformas específicas, teniendo en cuenta factores como el tamaño, la resolución y el formato de archivo, lo que aumenta su capacidad para volverse viral y alcanzar a una audiencia más amplia. Para Castro (2005) desde la construcción de identidad de marca hasta la generación de marca y la creación de contenido viral, el diseño gráfico juega un papel importante en el éxito de las marcas y en su capacidad para conectarse con su audiencia en un mundo digital cada vez más visual y competitivo y para Almaraz (2008) las

imágenes y los videos creativos pueden captar la atención del público de manera inmediata y motivarlos a interactuar con el contenido.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta revisión bibliográfica sugieren que el impacto del diseño gráfico en el mundo de las redes sociales es innegable y abarca una variedad de aspectos que van desde la comunicación de la marca hasta la interacción con los usuarios. Este es importante para la creación de una identidad visual coherente para una marca en las redes sociales. Esto incluye la selección de colores, tipografías y estilos visuales que reflejen la personalidad y los valores de la marca. Una identidad visual sólida ayuda a construir la confianza y el reconocimiento de la marca entre los usuarios, lo que puede llevar a una mayor fidelidad y participación.

Estos resultados consistentes con investigaciones previas que han demostrado la influencia del diseño gráfico en las redes sociales son muy amplios para la comunicación visual. El diseño gráfico influye en la capacidad de un contenido para destacarse en el contenido de las redes sociales. La utilización de imágenes atractivas, gráficos dinámicos y elementos visuales llamativos puede captar la atención del usuario y aumentar las posibilidades de que interactúen con el contenido.

Los resultados de esta revisión tienen importantes implicaciones para el diseño gráfico. Aspectos importantes cómo el diseño gráfico afecta a la experiencia del usuario en las redes sociales. Un diseño intuitivo y bien estructurado facilita la navegación y la comprensión del contenido, lo que puede mejorar la satisfacción del usuario y fomentar su participación y así exista una comunicación visual efectiva.

CONCLUSIÓN

Este artículo concluye destacando que el diseño gráfico es un elemento primordial para que las marcas sean diferentes una de otras en el mundo de las redes sociales, influyendo significativamente en la percepción y la interacción de los usuarios. Como afirmó Jobs (2010) "El diseño no es sólo cómo se ve o cómo se siente. El diseño es cómo funciona". Esta cita resalta la importancia del diseño no solo en términos visuales, sino también en su funcionalidad y capacidad para generar una experiencia positiva para el usuario.

Al observar el impacto visual en las redes sociales, podemos recordar las palabras de Rand (2018), quien dijo que el diseño es la embajadora silenciosa de tu marca. Esto subraya cómo el diseño gráfico sirve como embajador silencioso de una marca, comunicando su identidad e valores incluso antes de que se diga una palabra. Además, la influencia del diseño en la interacción de los usuarios en las redes sociales es evidente, como lo expresó Walter (2022) "El diseño tiene que funcionar, el diseño tiene que hacer algo. El diseño no es solo cómo se ve".

Por lo tanto, es crucial para las marcas y los creadores de contenido reconocer la importancia del diseño gráfico en el contexto de las redes sociales. Al mantener una identidad visual coherente, captar la atención del usuario con contenido visualmente atractivo y mejorar la experiencia del usuario a través de un diseño intuitivo, pueden maximizar su impacto y lograr sus objetivos en el mundo digital en constante evolución. En resumen, Leader (2020) es la esencia del diseño gráfico, que es encontrar la solución adecuada para comunicar eficazmente un mensaje en un entorno visualmente saturado como las redes sociales.

Para finalizar, estos resultados tienen importantes implicaciones para el diseño gráfico. Los diseñadores gráficos deben tener en cuenta que las redes sociales hoy día es un medio que influye y genera un impacto masivo y es fundamental para crear buenos mensajes visuales.

REFERENCIAS

Aced, C. (2011). Redes sociales en una semana. España: Gestión 2000.

Algán, R. S., Hanna, A., Schreiber, G. (2024). Un jardín de senderos que se entrecruzan: Pensar la producción ejecutiva de las artes escénicas. Argentina: RGC Ediciones.

Alard Josemaría, J., Monfort de Bedoya, A. (2017). Plan de comunicación on y off en la práctica. España: ESIC Editorial.

https://www.google.com.co/books/edition/Plan_de_comunicaci%C3%B3n_on_y_off_en_la_pr/YL02DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=El%20Rol%20del%20Dise%C3%B1o%20Gr%C3%A1fico%20en%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20Digital&pg=PA182&printsec=frontcover

Andrade, J. F., Maya Benavides, J. L. (2022). Marketing de escalamiento: Cómo gestionar el plan de marketing. Colombia: ADIEC. Asoc. Docentes Investigadores & Emprendedores del Caribe.

Avile, Andrea Karina. (2024). Informe del Proyecto de Aplicación Profesional: Documental Ser Parte: el papel del diseño gráfico como identidad visual en el documental ser parte. Para optar al grado de: Licenciatura en Diseño Gráfico con Mención en Branding. Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil. 68 p.
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/4896>.

Barcia, P. L., Barcia, M. (2021). Los géneros comunicativos universitarios: orales y escritos: Teoría y práctica. Argentina: Editorial UCALP.

Bertola Garbellini, A., García-Clairac, S. (2004). El manual de diseño gráfico. España: Almuzara.

Cauda Ferreira, M. A. (2021). Diseñador no hay camino, se hace camino al diseñar: Una metodología integral del diseño. Argentina: Archidocs LLC.

Cavassa Repetto, F. (2017). Diseño gráfico. Perú: Editorial Macro.

Cauda Ferreira, M. A. (2021). Diseñador no hay camino, se hace camino al diseñar: Una metodología integral del diseño. Argentina: Archidocs LLC.

Drucker, J., McVarish, E. (2020). Una historia del diseño gráfico: De la prehistoria hasta el siglo XXI. Argentina: Ediciones Ampersand.

Durango, A. (2014). Las Redes Sociales. Estados Unidos: A. Durango.

Edwards, M. (2016). El libro de la comunicación visual. España: LID Editorial Empresarial, S.L..

Entonado, F. B. (2021). Sociedad de la información y educación 7. <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/blanquez.pdf>.

Espinosa Rodriguez, B y Palma Cervantes, G. (2023). Influencia de un análisis gráfico y de contenido en la efectividad de las redes sociales de las empresas Cerlalc y Expreso viajes y turismo. Universidad Santo Tomás.

Frascara, J. (2023). El diseño de comunicación. Argentina: Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2023). El diseño de comunicación. Argentina: Ediciones Infinito.

Iñurritegui Fernández, L., & Herrera Fernández, E. . (2022). Responsible Graphic Design committed to Sustainable Development Goals. HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional De Humanidades, 11(3), 1–17. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3829>.

Inglis, T. (2024). Diseño gráfico: La guía definitiva del diseño contemporáneo y su historia. España: Blume.

López y López, A. M. (2014). Curso Diseño gráfico. Fundamentos y Técnicas. España: ANAYA MULTIMEDIA.

Lucía Almazán Ruiz, UF1904 - Definición y diseño de productos editoriales. (2015). España: Editorial Elearning, S.L..

Lupton, E. (2016). Diseño Gráfico: Nuevos Fundamentos. España: Gustavo Gili Editorial S.A..

Mejía Paredes, Verónica Raquel (2014) El diseño gráfico y su impacto en el cambio de conducta en mujeres de Bancos de Desarrollo Comunitario

beneficiarias de la Fundación GSD.

<http://dspace.esepoch.edu.ec/handle/123456789/3355>.

Mettini, D. G. (2022). Realización de microformatos audiovisuales. Argentina: Editorial Universidad Católica de Santa Fe.

Navarro Sánchez, L. A., & Salazar Fernández, J. P. (2017). Análisis de redes sociales aplicado a redes de investigación en ciencia y tecnología. *Síntesis Tecnológica*, 3(2), 69–86. <https://doi.org/10.4206/sint.tecnol.2007.v3n2-03>.

Newark, Q. (2002). ¿Qué es el diseño gráfico? manual de diseño. España: G. Gili.

Nicolás Ojeda, M. Á., Grandío Pérez, M. d. M. (2012). Estrategias de comunicación en redes sociales. España: GEDISA.

Pensamiento, arte y comunicación: la importancia de hacer llegar el mensaje. (2023). España: Editorial Dykinson, S.L..

https://www.google.com.co/books/edition/Pensamiento_arte_y_comunicaci%C3%B3n_la_impo/IPPJEAQAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=El%20Rol%20del%20Dise%C3%B1o%20Gr%C3%A1fico%20en%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20Digital&pg=PA389&printsec=frontcover.

Pensar en diseño gráfico. (2012). (n.p.): Editorial Universitaria - Libros UDG.

Pontis, S. (2009). Diseño gráfico: Un novel objeto de investigación. Caso de estudio, el proceso de diseño. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/7181>.

Pagano Ajolfi, María Elisa: Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 2024, Vol 27, Issue 221, p75

Redes Sociales ÚSALAS En Tu Beneficio. (2024). (n.p.): Nicolas Baro.

Rollie, R., Branda, M. (2021). La enseñanza del diseño en comunicación visual: Conceptos básicos y reflexiones pedagógicas. Argentina: Nobuko.

Sabater, F., Ato, Ó. (2020). Planificación de la comunicación de eventos: Estrategia e innovación en tiempos de inmediatez. España: Editorial UOC, S.L..

San Juan, M. Á. (2023). E-Book - Comunicación, Branding y Eventos Corporativos: Estrategias de comunicación para un entorno digital e inclusivo. España: Ra-Ma S.A. Editorial y Publicaciones.

Tello Solano, A. (2019). El rol del diseñador gráfico en la estrategia transmedia en el banco BBVA en Colombia. Universidad Santo Tomás. <http://hdl.handle.net/11634/17633>.