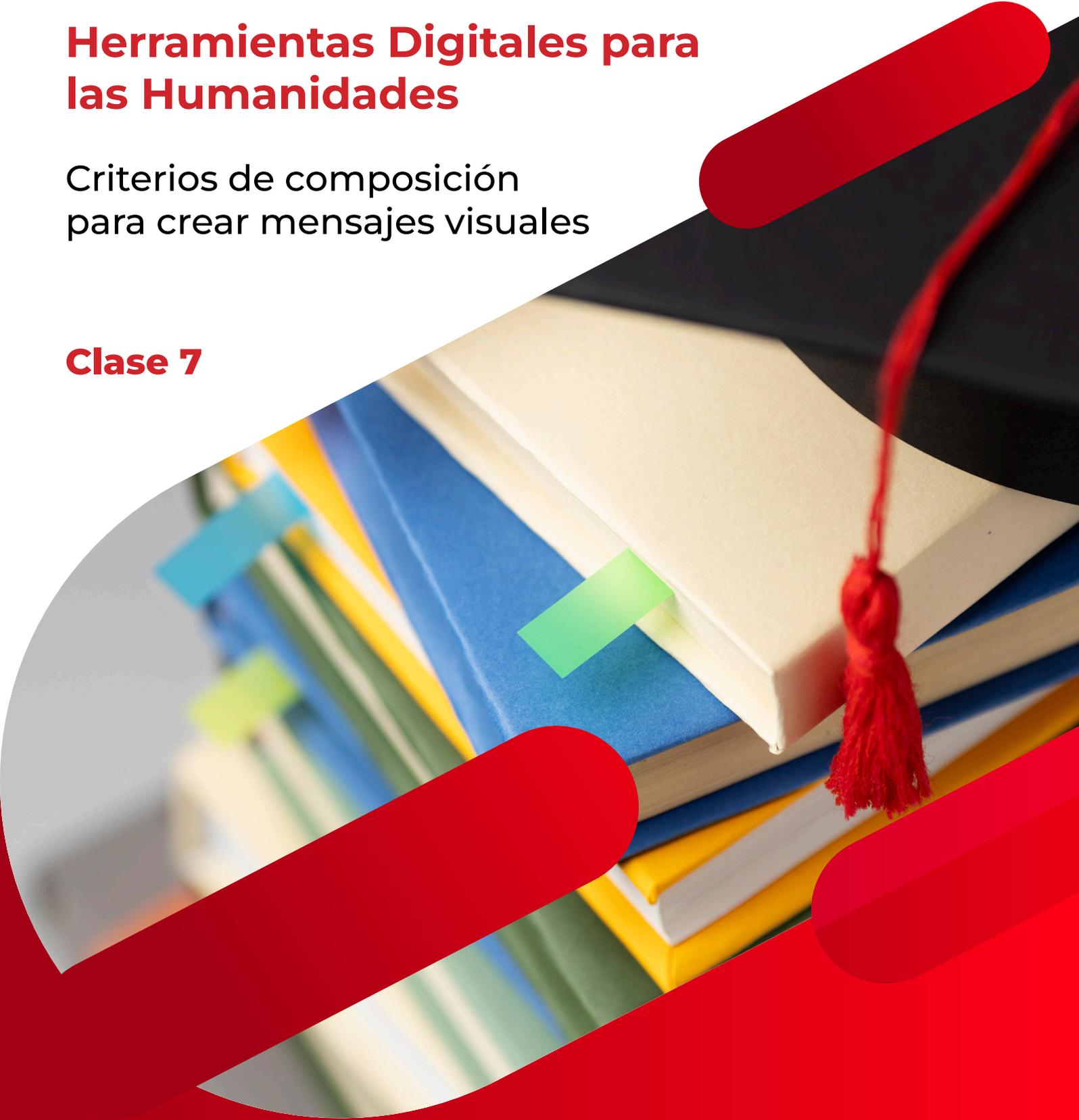


Herramientas Digitales para las Humanidades

Criterios de composición para crear mensajes visuales

Clase 7



Introducción

¿Alguna vez has sentido que un mensaje visual te capturó al instante, mientras que otro te dejó indiferente o confundido? Es muy probable que, en tus redes sociales, en una campaña callejera o, incluso, en una presentación académica, te hayas topado con diseños que logran conectar, informar e inspirar... y otros que, a pesar de tener buenas intenciones, simplemente no funcionan. La diferencia, muchas veces, no está en los recursos técnicos, sino en cómo se organiza la información visual (Figura 1). Esta clase te invita a mirar de forma consciente lo que, quizás, ya vienes haciendo intuitivamente: componer mensajes visuales con criterios claros para que comuniquen de verdad.



Figura 1. Palacios, G. A. (2025). [Mano organizando elementos visuales simbólicos en una composición de papel recortado con íconos de comunicación e ideas]. DALL-E 3

Aprender a diseñar con intención no significa ser diseñador gráfico profesional, sino entender cómo funcionan ciertos principios básicos para comunicar con eficacia. Aquí abordaremos la jerarquía visual, el contraste, la alineación y la repetición, y veremos cómo aplicarlos sin depender de plantillas preestablecidas. A lo largo de la clase, te propondré mirar lo que ves —en la calle, en la web, en tu propio trabajo— con una nueva perspectiva. ¿Qué hace que una infografía sea clara? ¿Por qué un cartel te llama la atención desde lejos? ¿Qué decisiones visuales hay detrás de un buen mensaje digital? ¡Vamos a descubrirlo juntos!

Clase 7: Criterios de composición para crear mensajes visuales

RDA2: Construir productos comunicacionales que integren texto, Figura y sonido

7.1. Principios de diseño visual: jerarquía, contraste, alineación y repetición

A la hora de crear un mensaje visual que funcione, no basta con "colocar" elementos: hay que componerlos. Tal como en una buena narración, cada parte visual debe estar en su lugar por una razón (Figura 2). Esa organización no es caprichosa, sino que responde a principios de diseño que nos permiten comunicar con claridad, intención y coherencia (Lidwell, Holden & Butler, 2010). En esta sección, dominarás estos principios que pueden transformar por completo tus materiales visuales, tanto en el ámbito académico como profesional y personal.



Figura 2. Palacios, G. A. (2025). [Ilustración de una mano organizando elementos visuales que representan ideas, comunicación y diseño intencional]. DALL-E 3.

Vamos a explorar, uno por uno, estos principios fundamentales, con ejemplos concretos, pasos prácticos y aplicaciones para que puedas comenzar a ponerlos en práctica sin miedo. Como afirma Williams (2015), cuando entiendes las reglas básicas del diseño, puedes tomar mejores decisiones, incluso si no eres diseñador profesional.

Jerarquía visual

La jerarquía visual nos permite organizar la información según su nivel de importancia. Así como, en una conversación usamos el tono de voz o los gestos para enfatizar, en el diseño utilizamos tamaños, colores, ubicación y estilos para guiar la mirada del espectador. Una buena jerarquía permite al lector navegar con facilidad por el mensaje, sin perderse.

Ejemplo práctico: Estás diseñando un cartel para una charla sobre lectura crítica. ¿Qué debería captar primero la atención? Seguramente, el título del evento. Luego, la fecha y la hora. Finalmente, el nombre del ponente. Si todo está en el mismo tamaño, fuente y color, nada resalta. Pero, si el título va centrado, más grande, en negrita y con un color vibrante, automáticamente llama la atención. Ya estás jerarquizando.

Paso a paso para aplicar jerarquía:

1. Define lo más importante que debe captar el lector.
2. Usa tamaños, estilos o ubicación diferentes para cada nivel de información.
3. Utiliza colores o tipografías para reforzar la prioridad.
4. Pide a alguien que vea tu diseño y diga qué leyó primero. Eso te dirá si tu jerarquía funciona.

Aplicaciones:

- **Educativo:** Diferenciar títulos y subtítulos en una presentación o infografía.
- **Profesional:** Destacar cifras clave en un informe para facilitar la toma de decisiones.
- **Personal:** Crear una invitación digital donde lo principal sea el evento y no el detalle técnico.

“El diseño sin jerarquía es como una historia contada sin pausas ni énfasis: todo parece igual de importante y, por eso, nada realmente lo es” (Krause, 2015, p. 37).

Contraste

El contraste es el principio que permite que las diferencias se perciban. Puede aplicarse mediante color, tamaño, tipografía, forma, espacio o textura. Sirve tanto para separar como para resaltar, ayudando a evitar que los elementos se fundan entre sí (Figura 3). En diseño, el contraste cumple el rol de un énfasis visual inmediato (Beaird & George, 2014).



Figura 3. Palacios, G. A. (2025). [Infografía educativa sobre los diferentes tipos de contraste visual en diseño: color, tamaño, tipografía, forma y textura]. DALL-E 3

Ejemplo práctico: Un afiche con texto gris claro sobre fondo blanco será difícil de leer. En cambio, un fondo oscuro con texto blanco proporciona contraste y legibilidad. También puedes usar contrastes entre tipografías grandes y pequeñas, o entre imágenes y textos.

Paso a paso para aplicar contraste:

1. Identifica qué partes del mensaje deben destacar.
2. Usa colores opuestos o diferenciados con suficiente intensidad.
3. Cambia el peso de la tipografía o su tamaño para marcar diferencias jerárquicas.
4. Verifica que el contraste no afecte la legibilidad (por ejemplo, texto rojo sobre fondo negro puede ser agresivo para la vista).

Aplicaciones:

- **Educativo:** Separar ideas clave en una infografía por bloques de color.
- **Profesional:** Resaltar llamadas a la acción en una campaña visual.
- **Personal:** Crear contenido para redes sociales que se destaque en el feed.

“El contraste bien utilizado no solo mejora la estética del mensaje, sino que es clave para su comprensión inmediata” (Williams, 2015, p. 45).

Alineación

La alineación le da sentido al lugar que ocupan los elementos dentro del diseño. Cuando todo está alineado según una lógica visual —izquierda, derecha, centrado o mediante rejillas—, el diseño gana claridad, orden y profesionalismo. Como afirman Lidwell et al. (2010), la alineación refuerza la relación entre los elementos, aunque no estén físicamente juntos (Figura 4).

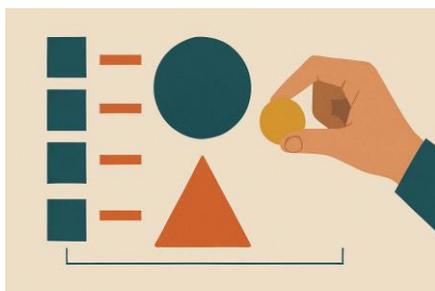


Figura 4. Palacios, G. A. (2025). [Ilustración de formas geométricas alineadas visualmente con intervención de una mano organizadora]. DALL-E 3

Ejemplo práctico: ¿Has visto diapositivas donde cada texto parece flotar en un lugar distinto? Esa falta de alineación crea desorden visual. Pero si todos los textos están alineados a la izquierda, con las imágenes bien posicionadas, se siente armonioso y estructurado.

Paso a paso para aplicar alineación:

1. Elige una referencia de alineación (vertical u horizontal).
2. Usa guías o cuadrículas (disponibles en programas como Canva, Figma o PowerPoint).
3. Agrupa visualmente los elementos relacionados.
4. Revisa si el diseño se ve equilibrado o si hay “vacíos” innecesarios.

Aplicaciones:

- **Educativo:** Alinear listas, cuadros y textos en materiales didácticos.
- **Profesional:** Diseñar formularios, menús, catálogos o páginas web.
- **Personal:** Armar un CV o portafolio con disposición clara y uniforme.

Repetición

La repetición ayuda a generar unidad, ritmo visual y recordación. Al repetir colores, formas, estilos tipográficos o íconos, se establece una coherencia que hace que el mensaje se perciba como parte de un todo. Además, contribuye a fortalecer la identidad visual.

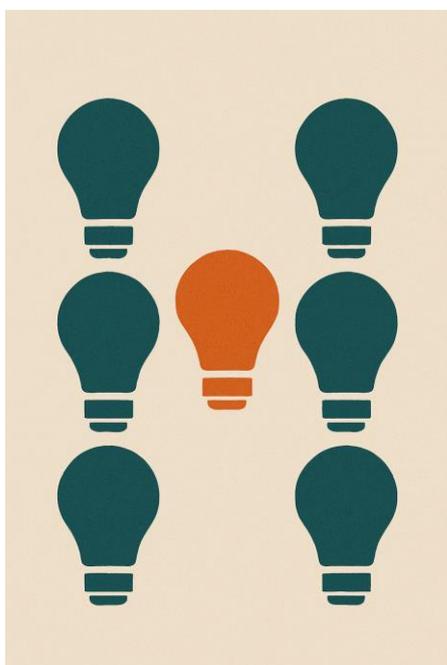


Figura 5. Palacios, G. A. (2025). [Ilustración de bombillos repetidos que representan la unidad visual mediante la repetición de formas y colores]. DALL-E 3

Ejemplo práctico: En una presentación, si cada diapositiva cambia de colores, fuentes o estilos, el espectador se distrae. Pero, si repites ciertos elementos —como la misma tipografía para los títulos o el mismo estilo de ícono—, logras cohesión.

Paso a paso para aplicar repetición:

1. Elige paleta de colores reducida (2 o 3 tonos principales).
2. Define una o dos tipografías con consistencia.
3. Repite estructuras de bloques, íconos, o formas.
4. Aplica coherencia a lo largo de todo el material gráfico.

Aplicaciones:

- **Educativo:** Crear recursos pedagógicos con una identidad visual unificada.
- **Profesional:** Reforzar la Figura de marca en presentaciones o informes.
- **Personal:** Diseñar álbumes digitales o publicaciones con estilo coherente.

“Repetir con intención no es ser monótono, sino construir identidad” (Cairo, 2016, p. 81).

En resumen, estos cuatro principios —jerarquía, contraste, alineación y repetición— constituyen la base de toda composición visual efectiva. Son como el vocabulario básico con el que se redacta cualquier mensaje visual, y su dominio no está reservado a diseñadores gráficos: cualquier persona que quiera comunicar de forma clara, impactante y estratégica puede aplicarlos. Cuando los incorporas con conciencia, el diseño deja de ser un adorno y se convierte en una herramienta comunicativa poderosa.

7.2. Creación de mensajes fuera de plantillas establecidas

Las plantillas digitales son como atajos: útiles, rápidas, estéticas... pero no siempre nos llevan adonde queremos (Figura 6). Aunque pueden ser un buen punto de partida, confiar ciegamente en ellas puede llevarnos a perder la identidad, la originalidad y, a veces,

incluso la claridad del mensaje que deseamos transmitir. Esta sección propone dar un paso más allá: dejar de ser usuarios pasivos de estructuras prefabricadas y convertirnos en autores visuales conscientes.



Figura 6. Palacios, G. A. (2025). [Ilustración de una mano seleccionando elementos en una plantilla digital desde una laptop, simbolizando diseño consciente]. DALL-E 3.

Como señala Williams (2015), el diseño no se trata solo de estética, sino de intención comunicativa. Seguramente, alguna vez, has usado Canva, PowerPoint o alguna aplicación de diseño que te ofrecía una plantilla “lista para usar”. Y puede que te haya servido. Pero, también es probable que, al intentar adaptarla a tu necesidad, te hayas topado con limitaciones: fuentes que no combinan con tu contenido, espacios forzados, o una estética que no refleja tu estilo. Entonces, ¿por qué no atrevemos a crear desde cero?

¿Por qué es importante salir de las plantillas?

1. Porque tu mensaje tiene una intención específica.

Una plantilla está pensada para algo genérico. Si tú quieres invitar a un taller de escritura poética o presentar una investigación científica, ¿tendrán el mismo diseño? No. Diseñar sin plantilla te permite tomar decisiones en función del propósito, del público y del contexto (Landa, 2018).

2. Porque puedes construir tu propia voz visual.

Así como cada persona tiene una forma única de hablar, también puede tener una forma única de diseñar. Cuando haces tus propios diseños, empiezas a reconocer qué

colores te representan, qué tipo de letra se alinea con tu tono, qué imágenes comunican tu mundo. Esa es tu voz visual, y como afirma Beaird y George (2014), es uno de los pilares para lograr coherencia, autenticidad y diferenciación.

3. Porque puedes adaptarte a distintos formatos con más libertad.

Las plantillas están pensadas para ciertos tamaños o medios (por ejemplo, publicaciones cuadradas para redes sociales), pero, al crear desde cero, puedes ajustar tu diseño a un mural escolar, una presentación digital, un documento impreso o incluso un video interactivo.

Paso a paso: cómo diseñar desde cero

Paso 1: Define el objetivo comunicacional

Antes de pensar en colores o tipografías, responde: ¿qué quiero lograr con este mensaje? ¿Informar, convocar, sensibilizar, vender, educar? Tu respuesta orientará todo el diseño.

Paso 2: Identifica tu público objetivo

¿Quién va a leer esto? ¿Niños, docentes, comunidad, clientes, redes sociales? El público determina el tono visual, el tipo de letra, la paleta de colores y hasta las imágenes a usar (Cairo, 2016).

Paso 3: Elige una herramienta flexible

Plataformas como **Canva (modo en blanco)**, **Figma**, **Photopea**, **Crello** o **Adobe Express** permiten trabajar desde cero. Busca el tamaño adecuado para tu formato (A4, post cuadrado, presentación, etc.).

Paso 4: Estructura tu contenido

Haz un borrador con las secciones clave del mensaje: título, subtítulo, cuerpo de texto, llamado a la acción, logo, Figura principal. Este mapa te sirve de guía.

Paso 5: Aplica los principios de diseño visual

Organiza todo aplicando jerarquía, contraste, alineación y repetición. No sobrecargues. Usa espacios en blanco, simplifica donde sea posible.

Paso 6: Revisa y prueba

Pide a otra persona que vea tu diseño y te diga qué entiende. ¿Logró captar el mensaje? ¿Qué leyó primero? ¿Le resultó claro? Ajusta si es necesario.

Aplicaciones en distintos ámbitos

Ámbito educativo:

Imagina que eres profesor o estudiante y necesitas presentar un proyecto. Si usas una plantilla, tu trabajo puede parecerse al de otros. Pero, si creas tu propio diseño, puedes representar mejor el tema, la metodología o, incluso, tu enfoque personal. Por ejemplo, en una presentación sobre pueblos originarios, podrías usar una paleta basada en los colores de su artesanía o incluir iconografía cultural propia.

Ámbito

profesional:

Supongamos que trabajas en un emprendimiento y necesitas promocionar un producto. Usar una plantilla puede hacerte ver como “uno más”. En cambio, un diseño original, pensado para tu público y tus valores de marca, puede diferenciarte. Puedes incluir testimonios reales, colores corporativos, fotografías propias. Eso genera cercanía y autenticidad (Lidwell et al., 2010).

Ámbito

personal:

¿Te gustaría regalarle a alguien una tarjeta digital o compartir en redes una causa que te moviliza? En lugar de un diseño genérico, puedes componer uno con imágenes propias, una frase significativa y elementos que reflejen tus emociones. Un ejemplo podría ser una tarjeta de cumpleaños diseñada con fotos, colores favoritos y un mensaje manuscrito escaneado.

Comparativa: Plantilla vs. Diseño original

Característica	Uso de plantilla	Diseño desde cero
Velocidad de creación	Alta (se hace en pocos minutos)	Media (requiere más tiempo y decisión)
Originalidad	Limitada (diseños repetidos)	Alta (cada diseño es único)
Adaptabilidad al contexto	Baja (estructura rígida)	Alta (ajustable a propósito y público)
Identidad visual propia	Débil (se ve genérico)	Fuerte (refleja al autor o marca)
Desarrollo de competencias	de Escaso (solo se edita lo prehecho)	Amplio (fortalece pensamiento visual)

Una sugerencia: diseña tu primer mensaje sin plantilla

Elige un tema que te importe, como una campaña o una idea que quieras compartir. Abre un lienzo en blanco en Canva o Figma. Piensa en las preguntas clave: ¿qué quiero decir?, ¿a quién se lo digo?, ¿cómo quiero que se sienta quien lo recibe?

Luego, aplica los principios de composición: haz visible lo importante, crea contraste para guiar la atención, alinea los elementos para dar orden y repite ciertos recursos para dar unidad.

Como recuerda Williams (2015), “el buen diseño se puede aprender... y empieza cuando te atreves a pensar por ti mismo”.

7.3. Ejercicio práctico: análisis de mensajes visuales existentes

Para asimilar realmente los principios de diseño visual —jerarquía, contraste, alineación y repetición—, es indispensable observar cómo se manifiestan en la vida cotidiana. Este ejercicio te invita a examinar ejemplos reales y a entrenar tu mirada crítica para identificar qué funciona, qué puede mejorarse y cómo estos elementos afectan la interpretación del mensaje.

Actividad: Análisis de mensajes visuales

Instrucciones:

Selecciona tres piezas visuales de diferentes entornos:

- Un cartel de tipo publicitario (puede ser una campaña institucional o comercial).
- Una publicación diseñada para redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, etc.).
- Una infografía con fines educativos (sobre salud, medio ambiente, historia, etc.).

A continuación, utiliza esta tabla para sistematizar tu observación:

Mensaje Visual	Jerarquía Visual	Contraste	Alineación	Repetición	Observaciones Generales
Cartel Publicitario	¿Qué elementos sobresalen primero?	¿Colores, formas y tamaños marcan diferencia?	¿Los textos e imágenes mantienen coherencia?	¿Se reutilizan íconos, estilos o patrones visuales?	¿El mensaje logra su propósito?
Post en Redes	¿Qué atrae la atención inicial del usuario?	¿Se emplean contrastes para jerarquizar?	¿Facilita la lectura o genera confusión?	¿Se respeta una línea gráfica definida?	¿Es visualmente atractivo y entendible?

Mensaje Visual	Jerarquía Visual	Contraste	Alineación	Repetición	Observaciones Generales
Infografía Educativa	¿Cómo está distribuida la información?	¿El uso del color ayuda a segmentar ideas?	¿La disposición guía al lector naturalmente?	¿Se repiten elementos gráficos clave?	¿Es clara, lógica y fácil de seguir?

Sugerencias de imágenes para el análisis

- **Cartel publicitario:** campañas sociales sobre salud mental.
- **Publicación en redes sociales:** anuncios de marcas con estilo claro.
- **Infografía educativa:** contenidos visuales sobre derechos humanos.

Preguntas para la reflexión posterior al análisis

- ¿Qué decisiones gráficas favorecieron o entorpecieron la comunicación del mensaje?
- ¿Qué principio de diseño predominó en cada caso?
- ¿Qué detalles visuales podrías incorporar o evitar en tus futuras creaciones?

Reflexión final

Diseñar no es solo cuestión de estética. A lo largo de esta clase, has descubierto que crear mensajes visuales implica también tomar decisiones estratégicas: jerarquizar para guiar la mirada, contrastar para destacar, alinear para dar orden y repetir para cohesionar. (Figura 7)



Figura 7. Palacios, G. A. (2025). [Ilustración de una persona diseñando en tablet con formas geométricas y símbolos visuales sin texto]. DALL-E 3.

Probablemente, ya has creado diseños antes: una diapositiva, un post, una invitación. Pero, ahora, puedes observarlos con nuevos ojos, reconociendo qué principios aplicaste intuitivamente y cuáles podrías mejorar. Como afirma Lidwell et al. (2010), el diseño visual bien aplicado no solo facilita la comprensión, sino que transforma la experiencia de quien lo recibe. Lo más importante es que este conocimiento no depende de tener software sofisticado ni estudios avanzados en diseño: depende de tu intención, tu capacidad de observar y tu deseo de comunicar con claridad y autenticidad.

Recursos con enlaces externos

Clase 7: **JERARQUÍA VISUAL** 👁 **Qué es y cómo aplicarla en diseño gráfico + Ejemplos + BenQ PD3420Q**

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=F4MTXXydWA>

Antes **de** **mirar:**

Antes de darle play, piensa en cómo suele organizarse la información visual en los carteles, infografías o publicaciones que ves a diario. ¿Qué ves primero? ¿Cómo sabes qué es más importante? Reflexiona sobre qué te atrae visualmente y por qué. Esta observación inicial te ayudará a comprender mejor el concepto de jerarquía visual que se desarrollará en el video.

Después **de** **mirar:**

Una vez que termines de ver el video, identifica los elementos clave que ayudan a construir jerarquía visual (como el tamaño, el color, la posición o el contraste). ¿Qué ejemplo te pareció más útil o aplicable a tus propios proyectos? ¿Cómo podrías aplicar estos conceptos

en una pieza visual educativa o comunicativa? Escribe una reflexión breve donde expliques cómo aplicarías al menos dos técnicas de jerarquía visual en un cartel informativo.

Artículo académico: [L]
[SEP]

González, M. (2021). *La pedagogía del diseño: algunas consideraciones conceptuales*.

Revista RUNAE, 2(4), 45-60.

<https://revistas.unae.edu.ec/index.php/runae/article/view/845>

[Revistas UNAES+1AmeliCA+1](#)

Explicación del artículo: [L]
[SEP] Este artículo analiza la implementación de principios pedagógicos en la enseñanza del diseño gráfico, destacando cómo una adecuada integración puede mejorar el aprendizaje y fomentar el desarrollo de habilidades críticas en los estudiantes.

Referencias bibliográficas

- Beaird, J., & George, J. (2014). *The principles of beautiful web design* (3rd ed.). SitePoint. <https://www.sitepoint.com/premium/books/the-principles-of-beautiful-web-design-3rd-edition/>
- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T., & Schnapp, J. (2012). *Digital Humanities*. MIT Press. https://mitpress.mit.edu/9780262528863/digital_humanities/
- Cairo, A. (2016). *El arte funcional: Infografía y visualización de la información*. Alamut Ediciones. <https://www.amazon.com/-/es/Alberto-Cairo-ebook/dp/B01N7G2JNU>
- Krause, J. (2015). *Diseño gráfico: Fundamentos y prácticas*. Blume. <https://blume.net/disenio/2613-diseno-grafico-fundamentos-y-practicas-9788410268296.html>
- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/graphic-design-solutions-6e-landa/9781337554053PF/>
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design: 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design*. Rockport Publishers. <https://www.amazon.com/Universal-Principles-Design-Revised-Updated/dp/1592535879>
- Williams, R. (2015). *The non-designer's design book* (4th ed.). Peachpit Press. <https://www.peachpit.com/store/non-designers-design-book-9780133966152>

Glosario de términos

- **Jerarquía visual:** Principio de diseño que organiza los elementos de un mensaje en función de su nivel de importancia, guiando la atención del lector a través del tamaño, color, ubicación o estilo.
- **Contraste:** Recurso visual que permite diferenciar elementos entre sí mediante variaciones de color, forma, tamaño o tipografía, aumentando la legibilidad y el impacto del mensaje.
- **Alineación:** Organización ordenada de los componentes de un diseño respecto a una guía visual, que proporciona estructura, coherencia y claridad.
- **Repetición:** Uso constante de ciertos elementos gráficos (como colores, formas, íconos o tipografías) para generar cohesión visual y reforzar una identidad comunicativa.
- **Plantilla:** Formato prediseñado que ofrece una estructura visual estandarizada, útil para agilizar el diseño, pero que puede limitar la originalidad y adaptación contextual.
- **Composición visual:** Disposición estratégica de elementos gráficos en un espacio determinado con el fin de construir un mensaje claro, funcional y estéticamente coherente.
- **Curaduría crítica:** Proceso reflexivo y selectivo aplicado a contenidos digitales y visuales que busca no solo presentar información, sino interpretarla y contextualizarla (Burdick et al., 2012).



La excelencia no se improvisa

síguenos

