

Herramientas Digitales para las Humanidades

Técnicas para crear contenido visual, simbólico y crítico

Clase 8



Introducción

¿Te ha pasado que te detienes frente a una Figura sin saber muy bien por qué, pero sintiendo que algo en ella te habla? Puede ser un afiche con un mensaje claro y directo, un cómic que te arranca una sonrisa o una ilustración sencilla que dice más de lo que parece. Ese es el poder del lenguaje visual: nos atraviesa sin pedir permiso. No se trata solo de “ver” algo, sino de leerlo desde las emociones, los símbolos y los contextos. Como señala Kress (2005), “la Figura ya no es ilustración del texto; es texto por derecho propio”. En esta clase, te invitamos a dejar de ser solo espectador para convertirte en autor visual, construyendo tus propios mensajes con intención y sentido. No necesitas saber de diseño profesional: necesitas una idea, una causa, una emoción... algo que quieras decir desde tu propia mirada. Ya desde niño lo hacíamos (Figura 1).



Figura 1. Palacios, G. A. (2025). [Fotografía de un niño dibujando emociones y figuras desde su perspectiva con lápiz sobre papel]. DALL-E 3

Vamos a trabajar con dos formatos que combinan Figura, texto y narrativa de forma accesible y poderosa: el afiche y el cómic. El primero impacta de forma inmediata; el segundo nos lleva a una lectura secuencial que puede ser tan profunda como emotiva. Aprenderás a crear desde cero usando herramientas digitales fáciles de manejar, pero que no sacrifican creatividad ni libertad expresiva. Al finalizar esta clase, no solo tendrás un producto visual propio, sino también una comprensión más rica sobre cómo la Figura puede transformar la manera en que comunicamos, sentimos y participamos en el mundo. Porque, como afirma Mitchell (1995), donde hay Figura, hay interpretación, poder y deseo de decir algo.

CLASE 8: Creación de mensajes visuales de autoría propia

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

8.1. Técnicas para crear contenido visual, simbólico y crítico

Crear un mensaje visual con intención no es simplemente juntar imágenes bonitas y un texto inspirador. Es más profundo: se trata de construir un discurso que diga algo, que provoque, que comunique desde lo que pensamos y sentimos. Para que ese mensaje sea coherente y potente, es importante cuidar tres dimensiones clave: la visualidad, la simbología y la postura crítica. Estas no son reglas rígidas, sino herramientas para diseñar con conciencia, con propósito. Como afirman Kress y van Leeuwen (2006), el diseño visual también tiene su propia “gramática”, y entenderla nos permite comunicar mejor en ese lenguaje que todos vemos, pero que no siempre leemos con atención.

a) Visualidad y legibilidad

Aquí el foco está en cómo se ve lo que queremos decir. No basta con que el diseño sea atractivo: debe ser claro y comprensible. Un mensaje visual bien hecho guía la mirada y facilita que se entienda lo esencial sin esfuerzo. Detalles como el tamaño de la letra, el contraste entre el texto y el fondo, o el uso equilibrado del espacio en blanco, pueden hacer toda la diferencia. Por ejemplo, si diseñas un afiche sobre fomento lector y usas letras muy estilizadas sobre un fondo lleno de texturas, el mensaje puede perder fuerza. Pero, si jerarquizas bien: un título breve, una Figura central potente y colores que se lean fácilmente, estarás facilitando la lectura visual (Figura 2). La forma en que presentas tu mensaje dice tanto como el contenido. Como señalan Burdick et al. (2012), el diseño no es solo un soporte; es parte del conocimiento que se construye.

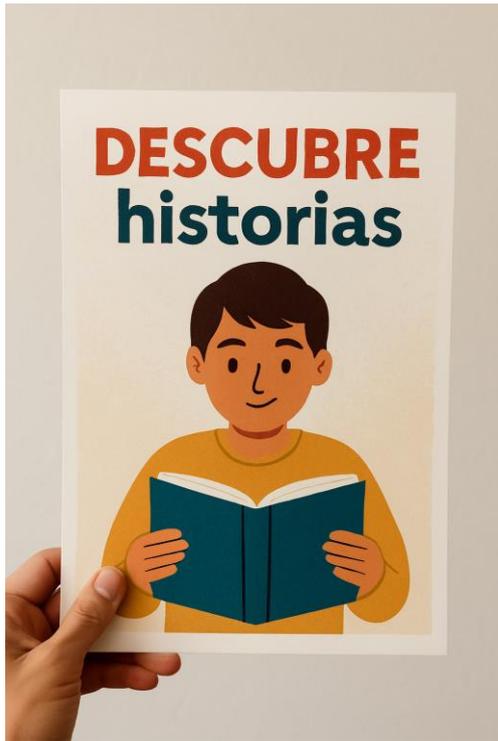


Figura 2. Palacios, G. A. (2025). [Fotografía de un cartel con el texto “Descubre historias” y una ilustración central de una persona leyendo un libro abierto]. DALL-E 3

b) Simbología y significado

Aquí entramos en el terreno del lenguaje simbólico, donde cada forma, color o ícono puede significar cosas distintas según el contexto. Los símbolos no son neutros: vienen cargados de historia, cultura y emociones. Piensa en cómo cambia el sentido de un corazón rojo dependiendo de si lo pones en una campaña de donación de sangre o en una postal romántica. O el emoji de puño cerrado 🦊, que no es solo un gesto visual, sino una referencia directa a luchas sociales por la dignidad y la justicia. Cuando eliges usarlo en un cómic sobre derechos humanos, no es un simple adorno: estás invocando una memoria colectiva (Figura 3). Como dice Hall (1997), los significados no están en los objetos, sino en cómo los usamos y leemos socialmente. Por eso, cada decisión visual implica una responsabilidad. Comunicar simbólicamente es interpretar y posicionarse.



Figura 3. Palacios, G. A. (2025). [Persona ilustrando en una tablet un cómic sobre derechos humanos con el símbolo del puño cerrado]. DALL-E 3

c) Crítica y postura

Cada vez que eliges qué mostrar en una Figura y qué dejar fuera, estás tomando una posición. Quizá no lo hagas de forma explícita, pero tu diseño habla por ti. Diseñar con mirada crítica es ser consciente de esto: saber que el lenguaje visual también construye realidades. ¿Por qué el personaje central es siempre masculino y blanco? ¿Por qué no hay cuerpos diversos en tu ilustración? Estas preguntas no buscan censurar, sino abrirte a una reflexión más profunda sobre lo que estás representando. La crítica no es oposición por sistema, sino lectura reflexiva del mundo. Como recuerda Mitchell (1995), la Figura no solo muestra: también encuadra, oculta y produce sentido. Y tú, como autor visual, tienes el poder de ampliar o limitar esas miradas. Por eso, diseñar con postura es una forma de decir “esto también merece ser visto”.

Ejercicio breve: Observa tres imágenes de campañas gráficas actuales (Figura 4) (pueden ser afiches, memes o ilustraciones). ¿Qué símbolos usan? ¿Qué postura crees que defienden? ¿Hay algo que no muestran o que te gustaría agregarles?



Figura 4. Palacios, G. A. (2025). [Joven observa afiches sobre cambio climático, igualdad de género y derechos digitales en el pasillo de una universidad]. DALL-E 3

8.2. Introducción a la creación de afiches y cómics con herramientas digitales

Hasta hace no mucho, diseñar un afiche o un cómic parecía algo reservado para profesionales con acceso a programas complejos. Hoy, ese panorama ha cambiado por completo. Con una computadora o, incluso, desde un celular, es posible crear mensajes visuales potentes usando plataformas digitales intuitivas. Lo importante ya no es dominar el software, sino tener algo que decir y saber cómo contarlo con Figura y texto. En esta clase, vamos a centrarnos en dos formatos que se han vuelto esenciales en la comunicación actual: **el afiche y el cómic**. Ambos tienen una historia larga en campañas sociales, movimientos culturales, educación y activismo. Y hoy, gracias a las herramientas digitales, podemos apropiarnos de ellos para crear desde nuestra propia voz.

Como sostiene Scolari (2018), vivimos rodeados de mensajes transmedia: no solo leemos con los ojos, también interpretamos con la emoción y el contexto. Por eso, aprender a usar el afiche y el cómic como formas de expresión es también aprender a participar activamente en el mundo que nos rodea.

a) Afiches: impacto en una sola Figura

El afiche es directo: entra por los ojos y va al grano. Un buen afiche no explica demasiado; sugiere, sacude, deja pensando. Su estructura se apoya en tres pilares: un título potente, una Figura simbólica y un llamado a la acción. ¿Te imaginas un cartel que diga “¡Lee, libera tu mente!” (Figura 5) acompañado de una ilustración de un libro del que

emergen mariposas? En ese simple gesto, ya estás comunicando libertad, imaginación, transformación. Es así como lo visual y lo simbólico se entrelazan.



Figura 5. Palacios, G. A. (2025). [Cartel en una pared con el mensaje “¡Lee, libera tu mente!” y mariposas saliendo de un libro abierto]. DALL-E 3

Herramientas digitales recomendadas para afiches:

Canva: sencilla, intuitiva, perfecta para empezar desde plantillas o desde cero.

Adobe Express (antes Spark): más libertad visual, buena para proyectos personalizados.

PosterMyWall: rápida, ideal para contenido visual inmediato.

Piktochart: útil si el afiche necesita integrar datos o estadísticas.

Desygner: práctica, con opciones gratuitas y diseño limpio.

Ejemplo práctico: Estás participando en una campaña escolar de lectura. Usas Canva, eliges un fondo cálido, colocas una ilustración de un niño leyendo bajo un árbol, escribes el título “Leer también es un viaje” y cierras con “Descubre tu próxima aventura en la biblioteca”. En pocos minutos, tienes un diseño con estética y sentido.

b) Cómic: contar en secuencia, emocionar en viñetas

Si el afiche es un golpe visual, el cómic es una conversación visual. Una historia breve contada con imágenes puede ser tan poderosa como una crónica escrita (Figura 6). Y lo mejor: puedes hacerla tú mismo. No importa si no sabes dibujar. Las herramientas digitales te permiten crear personajes, escenarios y escenas sin necesidad de trazo manual. Lo importante es que sepas qué historia contar. Desde una anécdota cotidiana hasta una crítica social, el cómic te permite narrar con humor, emoción o denuncia.



Figura 6. Palacios, G. A. (2025). [Fotografía de un niño leyendo un cómic de matemáticas desde su perspectiva en el aula]. DALL-E 3

Elementos esenciales en un cómic:

Viñetas claras y bien organizadas.

Diálogos breves pero con intención.

Personajes con expresividad emocional.

Ritmo: saber qué mostrar primero y cómo cerrar la secuencia.

Herramientas digitales recomendadas para cómics:

Pixton: versátil, con opciones de personalización de personajes.

Storyboard That: ideal para narraciones secuenciales con estructura clara.

Comic Draw (iPad): buena si prefieres dibujar libremente.

MakeBeliefsComix: accesible, con enfoque inclusivo y multilingüe.

ToonDoo: útil para pruebas iniciales (aunque su disponibilidad varía por país).

Ejemplo práctico: Quieres contar una historia sobre el uso consciente de redes sociales. Con Storyboard That, creas tres viñetas: en la primera, una chica publica una foto sin pensar; en la segunda, lidia con comentarios agresivos; en la tercera, reflexiona sobre la privacidad y sonríe mientras cierra la app. Con pocas palabras, logras una narrativa poderosa que invita a pensar.

Reflexión sugerida: ¿Te habías planteado que un cómic podría hablar de salud mental, diversidad, migración o memoria colectiva? Estos lenguajes visuales también son

espacios para la reflexión social. Y ahora que conoces las herramientas, ¿qué historia te animarías a contar?

8.3. Ejercicio práctico: diseño de un afiche con herramientas digitales

Después de explorar los elementos del diseño visual, la fuerza simbólica de las imágenes y las herramientas digitales disponibles llegó el momento de ponerte en acción. Este ejercicio es una invitación a crear un afiche con tu propio mensaje, algo que nazca de tus intereses, de tus preocupaciones o de lo que te emociona compartir. No necesitas ser diseñador ni tener experiencia previa: solo necesitas una idea, una intención clara y ganas de expresarte desde lo visual. Como en todo proceso creativo, lo más importante no es que salga perfecto, sino que te represente y que puedas decir: “esto lo hice yo”. Deja que la creatividad que, desde la infancia, tuvimos salga a flote (Figura 7).



Figura 7. Palacios, G. A. (2025). [Niña mostrando con orgullo un afiche titulado “Familia”, decorado con crayones y fotos de momentos familiares]. DALL-E 3.

Piensa en un tema que te mueva: puede ser tan cotidiano como fomentar la lectura o tan comprometido como denunciar una injusticia social. La clave está en que tenga sentido para ti. Al hacerlo, estarás ejercitando no solo tu capacidad comunicativa, sino también tu mirada crítica y tu rol como creador digital. Al usar herramientas como Canva, Adobe Express o Desygner, te estás apropiando de recursos que no solo sirven para consumir contenido, sino para crearlo, compartirlo y transformarlo.

Pasos sugeridos para crear tu afiche

Elige un tema con sentido: algo que te importe o te inspire (por ejemplo, salud mental, reciclaje, diversidad, educación, derechos humanos, memoria, etc.).

Define el objetivo del mensaje: ¿quieres informar, provocar reflexión, emocionar, invitar a la acción?

Escribe una frase principal impactante: breve, clara y con fuerza. Esa será tu línea central.

Selecciona imágenes e íconos coherentes con tu tema: pueden ser fotos, ilustraciones o figuras simples, pero con sentido.

Organiza los elementos con jerarquía: piensa qué debe verse primero, qué acompaña, cómo guiar la mirada.

Elige colores y tipografías adecuadas: usa no más de tres colores dominantes y fuentes legibles.

Revisa tu diseño antes de guardarlo: ¿el mensaje se entiende?, ¿hay buen contraste?, ¿te representa visualmente?

Descárgalo en PNG o PDF y, si puedes, compártelo con otros para recibir retroalimentación constructiva.

Ejemplo práctico guiado

Supón que eliges el tema del cuidado del agua. Abres Canva, seleccionas un fondo azul suave y colocas, al centro, una ilustración: una gota de agua con el planeta dentro. Encima escribes: “**Cada gota cuenta**”, y abajo agregas: “**Cuídala hoy, para tenerla mañana**”. Eliges una tipografía *sans serif* clara, ubicas un pequeño ícono de reciclaje en una esquina y dejas espacio suficiente entre los elementos. Con esto logras un diseño limpio, emotivo y con mensaje. No necesitaste más de 30 minutos para convertir una idea en una pieza visual poderosa.

Opcional: complementa con un video corto

¿Quieres llevar tu proyecto un paso más allá? Puedes grabar un video breve (de uno a dos minutos) explicando tu proceso creativo. Cuenta por qué elegiste ese tema, cómo pensaste el diseño, qué decisiones tomaste y qué mensaje querías transmitir. Puedes usar

herramientas como **CapCut**, **InShot** o **Canva Video** desde tu celular. Este tipo de ejercicio te ayuda a reflexionar sobre tu propio trabajo y a compartirlo con mayor profundidad.

Criterios de evaluación

Criterio	¿Qué se valorará?
Claridad del mensaje	Que el afiche comunique de forma directa, sin ambigüedades.
Uso de simbología	Que incluya íconos, símbolos o metáforas visuales que refuercen el mensaje.
Diseño visual equilibrado	Que haya armonía en el uso del color, el espacio y una jerarquía clara.
Coherencia estética	Que la Figura y el texto estén alineados con la idea central.
Originalidad y autoría	Que se perciba una propuesta propia, sin depender exclusivamente de plantillas.

Sugerencia para reflexión grupal

Después de compartir tu afiche, puedes reflexionar con tus compañeros sobre estas preguntas:

¿Qué emociones querías provocar con tu diseño?

¿Qué decisiones visuales crees que funcionaron mejor?

¿Qué cambiarías si tuvieras que rehacerlo?

Este tipo de retroalimentación en comunidad fortalece tu mirada crítica y también tu capacidad de comunicar con intención.

Conclusión: La Figura como territorio de autoría

Crear una Figura no es solo diseñar. Es tomar la palabra en un lenguaje visual, simbólico y emocional. En el contexto digital, producir imágenes también es producir sentidos, y hacerlo desde la autoría nos permite posicionarnos, expresar una mirada y ser parte activa de la conversación social. Diseñar un afiche o un cómic no es solo una habilidad técnica: es una forma de ser y estar en el mundo, de decir “esto pienso”, “esto me importa”, “esto quiero compartir”.

Para seguir pensando: ¿Qué tipo de mensajes visuales te gustaría ver más en tus redes, en tu barrio, en tu aula? ¿Cómo podrías contribuir a ese cambio desde lo que tú mismo creas?

Recursos con enlaces externos Clase 8:

Título: *Cómo Crear una IDENTIDAD VISUAL Profesional (Ejemplos y Consejos)*^{[1][2]}_[SEP]

Video: https://www.youtube.com/watch?v=6DrIH_QSs8o

Antes de mirar:^{[1][2]}_[SEP] Antes de comenzar el video, piensa en marcas personales o proyectos visuales que recuerdes por su estilo. ¿Qué los hace fácilmente reconocibles? ¿Cómo crees que se construye una identidad visual que sea coherente y profesional? Reflexiona sobre qué elementos visuales (colores, tipografía, formas, etc.) asocias a ciertas marcas o iniciativas.

Después de mirar:^{[1][2]}_[SEP] Luego de ver el video, analiza qué elementos componen una identidad visual sólida. ¿Cuál de los consejos te pareció más útil o revelador? ¿Qué errores comunes debes evitar al diseñar tu propia Figura? Toma notas sobre los pasos propuestos y crea un pequeño esquema que podrías aplicar para tu propio branding o para un proyecto educativo. Reflexiona sobre cómo una identidad visual coherente puede transmitir valores y generar confianza.

Recurso web: [¿Qué es la identidad de marca? 6 elementos esenciales – Shopify](#)

Explicación del recurso:
Este artículo de Shopify ofrece una guía clara y práctica sobre los componentes fundamentales de una identidad de marca sólida. Detalla seis elementos esenciales: logotipo, paleta de colores, tipografía, voz y tono, empaquetado e imágenes. Además, explica cómo cada uno de estos elementos contribuye a la percepción y coherencia de una marca, proporcionando ejemplos y consejos para su implementación efectiva. Es un recurso valioso para quienes buscan comprender y desarrollar una identidad de marca coherente y profesional.

Referencias – Clase 8

- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T., & Schnapp, J. (2012). *Digital_Humanities*. MIT Press.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Kress, G. (2005). *Literacy in the new media age*. Routledge.
- Mitchell, W. J. T. (1995). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. University of Chicago Press.
- Scolari, C. A. (2018). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Gedisa.

Glosario de términos – Clase 8

Afiche: Mensaje visual que comunica una idea de manera directa a través de una Figura principal, un título breve y un llamado a la acción.

Autoría visual: Proceso de creación de productos visuales originales que expresan una postura personal o colectiva frente a un tema.

Cómic: Narrativa gráfica que combina imágenes secuenciales y texto breve para contar una historia, transmitir emociones o provocar reflexión.

Jerarquía visual: Organización intencional de los elementos gráficos para guiar la mirada del receptor hacia lo más importante del mensaje.

Simbología: Uso de signos, colores e íconos con significados culturales o emocionales específicos que refuerzan el contenido visual.

Postura crítica: Actitud reflexiva frente a los temas representados, que implica reconocer, cuestionar y construir realidades a través del diseño visual.

Ritmo narrativo: Flujo de secuencias visuales en un cómic o en mensajes gráficos que estructura cómo se desarrolla y percibe una historia.



La excelencia no se improvisa

síguenos

