

CÓMO HA INFLUIDO EL DISEÑO GRÁFICO EN LAS REDES SOCIALES

JHON FERNANDO TAMAYO OSORIO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ARQUITECTURA Y DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO

MEDELLIN

2021

COMO HA INFLUIDO EL DISEÑO GRÁFICO EN LAS REDES SOCIALES

JHON FERNANDO TAMAYO OSORIO

Trabajo de grado para optar al título de...

DISEÑADOR GRÁFICO

CRISTIAN CAMILO VELEZ

DOCTOR EN FILOSOFIA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ARQUITECTURA Y DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO

MEDELLIN

2021

NOTA DE ACEPTACION

Firma
Nombre
Presidente del jurado

Medellín, 15 de mayo 2021

*El diseño se relaciona a la situación cultural de una época,
al tiempo, al mundo. El mundo actual se caracteriza por
hallarse en permanente proyecto. La civilización actual es
algo que han hecho, y por tanto proyectado los hombres.
La calidad de los proyectos es la calidad del mundo.
Otl Aicher*

Tabla de contenido

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
ANTECEDENTES.....	9
EL DISEÑO Y LAS REDES SOCIALES.....	14
Como ha influido el diseño gráfico en las redes sociales.....	14
3. HIPOTESIS Y MARCO TEORICO.....	19
3.1 Las redes sociales.....	19
3.2 Plataformas Digitales.....	21
3.2.1 Facebook.....	21
3.2.2 Instagram.....	21
3.2.3 Twitter.....	22
3.2.4 Youtube.....	22
CONCLUSIONES.....	23
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	24

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar cómo ha influido el diseño en sitios web y redes sociales. Con este fin se planteó una pregunta como base de la investigación, ¿Cómo se ve o como ha influido el diseño gráfico en las redes sociales? En este contexto, el diseñador puede enviar mensajes o ser influyente en cada red que usamos, hoy en día la mayor parte del tiempo usamos nuestras redes sociales para comprar objetos, para informarnos sobre noticias nacionales e internacionales, buscar viajes o cualquier cosa que se nos venga a la mente, como es el trabajo del diseñador, tratar de ser algo estético las empresas, usar estrategias de marketing para comunicar y dar al consumidor un mejor campo audiovisual y quede a gusto con su empresa o con su canal de información.

Entonces en la investigación se tomaron como referentes varios factores que suceden en el día a día, por ejemplo la situación de las empresas en las redes sociales en plena pandemia, cómo de manera directa terminó de explotar las redes en el campo empresarial, cómo un diseñador aprovecha este campo para tomar papel en el asunto, es por eso que un diseñador aprovecha cada momento, cada acontecimiento, pero también se debe ser cauteloso con la información que se publica, una mala publicación puede hacer pasar un mal rato.

PALABRAS CLAVE: Diseño, Marketing, audiovisual, Digital, Consumidor, Social Media, Diseñador Gráfico, Web, Comunicación.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el diseño gráfico se ha convertido en un sistema de comunicación visual, por lo que su principal objetivo es crear soluciones por medio de proyectos, para así llevar información audiovisual, crear estrategias digitales ya sea para la creación de identidades corporativas, hasta la creación de campañas de marketing digital o convertirlas en canales informativos.

El diseño tiende entonces a convertirse en una herramienta que es necesaria para marcar un valor totalmente diferencial, construyendo piezas que se vuelven esenciales para atraer la mente del consumidor, piezas que pueden elevar este atractivo visual y no tienden a tomarse como piezas aburridas por ser piezas informativas.

En el capítulo uno hablamos de la revolución electrónica como punto de partida para el diseño gráfico y su llegada a las redes sociales, hoy por hoy los avisos publicitarios son tan creativos y llenos de ideas innovadoras que es más fácil para conservar en la mente del consumidor.

En el capítulo dos entramos en materia de investigación planteando el problema base del trabajo ¿Cómo ha influido el diseño gráfico en las redes sociales?, allí se expondrá el principal objetivo del diseño, las herramientas que nos permite dar a la empresa un valor diferencial en el mercado dando así una visión diferente a lo que se tenía acostumbrado.

En el capítulo tres nos encontramos con el marco teórico y la hipótesis, donde vemos que las redes y el diseñador van en conjunto para planear estrategias y exponerlas al mercado, lo que evidencia el crecimiento del mercado, hoy en día el alto uso de las redes sociales son una herramienta que se convierte en una estrategia digital para beneficio empresarial o también para exhibir sus propios productos, como ilustraciones, trabajos audiovisuales, trabajos editoriales entre otros.

CAPITULO 1
ANTECEDENTES

ANTECEDENTES

Es necesario tener en cuenta un poco de la historia del diseño para saber desde cuándo se ha involucrado el diseño gráfico en las redes sociales, el diseño gráfico ya formaba parte de la cultura y de la economía de los países industrializados. Sin embargo los avances de la tecnología de la comunicación que permitían que la información trascendiera a lugares lejanos, los desarrollos no eran globales, y solo unos cuantos países podían gozar de esta oportunidad.

“La revolución electrónica ofreció la posibilidad de utilizar imágenes almacenadas desde períodos anteriores y de transformar sus contenidos en algo contemporáneo, a través de la manipulación digital. La evolución de la comunicación impresa se debió entonces, a los avances de las nuevas técnicas y de la tecnología informática, que entregaron al diseñador el control de los medios gráficos de producción y reproducción”

El diseño no solo es un adorno, es un proceso de creación visual con un propósito el cual es comunicar un mensaje específico; para hacerlo de la manera correcta, el diseñador debe buscar la mejor forma para que ese mensaje sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional.

En la actualidad, los anuncios publicitarios son tan creativos y llenos de ideas innovadoras que los espectadores no siempre le dan el mérito a quien verdaderamente lo merece, y sí, es una realidad que para hacer un anuncio, no sólo se necesita una persona, sino de todo un equipo, pero quien transforma todas esas ideas y las plasma es un diseñador gráfico, quien es el encargado de que la magia ocurra.

Entonces que es el diseñador, es un profesional que maneja miles de conceptos, códigos y estética, para que todos sus mensajes sean estructurados, programados de una manera directa, clara, que ofrezca soluciones simplificadas para poder ser fácilmente comprendido y para su público objetivo. Todos sus ideales pueden transmitirse a cualquier parte del mundo, gracias a la tecnología o medios masivos electrónicos, el diseñador adquiere una visión, cada vez más expandida de su rol.

No importa su país de origen o cultura, sin importar cuál sea su idioma, intentan crear mensajes que sean comprendidos en cualquier parte y así crear un tipo de lenguaje universal, es otra de las muchas cosas que logra hacer un diseñador. Este ha servido para mejorar y transformar el mundo donde vivimos, y es que se volvió parte de nuestro día a día, ya que, cada producto que utilizamos tiene un color, una letra, una forma y todo salió de la mente de un diseñador que plasmó un arte sobre esos productos. No todo el mundo tiene claro cuáles son las funciones de un diseñador gráfico o todas las labores que puede realizar, pero, para resumirlo en pocas palabras, es un comunicador visual, Por eso es necesario destacar que el diseño, como actividad, nace en el seno de la sociedad y su producción está orientada y dirigida hacia ella.

Por este motivo su función no puede ser sino social. El diseño necesita del pleno compromiso de todos los participantes; por lo tanto no todo cliente es adecuado, ni todo diseñador es garantía de

resultados de calidad. En este sentido, El diseño permanente e integrado es una de las áreas principales de intervención para los profesionales conscientes de su rol social.

Para quienes disponen diariamente del internet y de las redes sociales, todos los días son partícipes de los fenómenos del Social Media y los diseños gráficos, tanto de manera directa como indirecta. Ya sea con la mediación de buscadores como Google o en páginas de amplia popularidad como Twitter, Facebook, Instagram y actualmente Tik Tok, es innegable la manera en que dichos fenómenos intervienen en nuestra cotidianidad, lo cual no es de extrañar debido a que gracias a ellos millares de empresas pueden tener cercanía con el público así como con los consumidores potenciales y activos que pasan algo de su tiempo navegando en internet. (Pacheco, 2018)

1.2 Entonces el diseño gráfico. ¿En qué consiste?, hagamos un breve repaso de lo del que consiste el diseño gráfico, es el arte, profesión y disciplina académica cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. El modo de la comunicación puede ser tanto física como virtual, y puede incluir imágenes, palabras entre otras formas gráficas. La experiencia puede tener lugar en un instante o durante un largo período de tiempo. El trabajo puede ocurrir en cualquier escala, desde el diseño de un solo sello postal a un sistema nacional de Señalización postal, o desde el avatar digital de una empresa hasta el extenso e interconectado Contenido digital y físico de un periódico internacional.

Durante más de cien años, los diseñadores han organizado contenidos e imágenes en carteles, anuncios, paquetes entre otros materiales impresos, así como visualizaciones de información y gráficos para periódicos y revistas. El diseño es una estructura que anticipa contenido escrito y visual que aún no se ha creado. Algunos sitios web comerciales o catálogos de exposiciones también encajan en esta categoría, al igual que las pantallas de museos digitales o físicos que muestran información inmóvil.

También son responsables de diseños interactivos en los que el contenido es fluido, a veces cambiando minuto a minuto, así como interfaces que ayudan a los usuarios a navegar a través de complejas experiencias digitales. Este trabajo se diferencia por añadir otro elemento: responder a las acciones del espectador. (Marketing E. e., 2017)

1.3 El término Social Media Marketing se ha vuelto muy común conforme las empresas y marcas han comprendido que éste puede ser aprovechado para otorgarles presencia, fijarse en la memoria de los consumidores y producir una imagen que las acerque a ellos. Pero ¿a qué hace referencia el término? Consiste en el proceso de ganar atención y tráfico a través de los medios sociales. Se trata de un concepto utilizado con amplitud para designar aquellos sitios que otorgan acciones de índole social muy distintas a las que se llevaban a cabo a inicios del fenómeno internet. Ejemplo de ellos son Twitter, Facebook e Instagram por mencionar algunos. El Social Media se ha vuelto cada vez más importante en el ámbito del marketing enfocado en llegar a un público objetivo como se ve en la “figura de social media” se ven los principales medios donde se ha hecho fuerte el medio digital.



(Figura de social media)

A causa del acelerado crecimiento de las llamadas redes sociales, el público consumidor se ha expuesto a una gran cantidad “retweets”, “likes”, contenidos como imágenes y textos tanto en sus ordenadores como en sus móviles. Con la necesidad de mirar y leer contenidos diversos por minuto, tanto en pantallas grandes como en pequeñas, el diseño desempeña cada vez un papel de suma relevancia tanto en el reconocimiento de las marcas como en la atracción de tráfico y atención de usuarios. Con ello se intuye ya la importancia de los medios y el diseño, entonces se debe dividir el tema en los siguientes puntos:

- Sobre-estimulación de nativos digitales. El término “nativos digitales” (figura nativos digitales) se emplea para las generaciones que nacieron con el advenimiento de la tecnología digital. Tal generación disponen de gratificaciones instantáneas como la utilización de ordenadores, Smartphone y cámaras digitales. A causa de la considerable diversidad es menester estrategias basadas en tales dispositivos. Para una buena captura de atención son necesarios los diseños gráficos en el ámbito de las redes sociales.
- Rango breve de concentración. Con mensajes breves como los tweets de 140 caracteres, el público responde mejor si éstos están acompañados de imágenes gráficas llamativas y apasionantes. Cuando se emplean gráficos de forma constante sobre una gran variedad de plataformas de Social Media, puede crearse un reconocimiento de marca en los clientes activos y potenciales. Debido a que muchas personas son aprendices, recordarán mejor la marca cuando la conocen a través de visuales.
- Incremento de la percepción de mercado. El logotipo y los diseños son de importancia cardinal en la manera en que los servicios y productos se perciben por quienes hacen uso de las redes sociales. Contar con diseños atractivos en materia de gráficos permite la consolidación de las marcas, crea lazos de confianza con el público y permite que los negocios lleguen a parecer mayores de lo que en realidad son. Mediante un gráfico diseñado correctamente puede provocarse que los usuarios publiquen enlaces de las marcas en sus propias redes, lo cual es capaz de detonar campañas virales y mayor tráfico.
- Mientras que los diseños gráficos tienen que ser detallados así como grandes para que los visitantes reconozcan con facilidad la imagen, es menester que no sean muy pesados y grandes para evitar dilaciones en el tiempo de carga. Es puede provocar desaliento en los

usuarios así como éxodos desde la página. Al escoger una imagen como foto de perfil, muchas marcas recurren al branding y los logotipos. (Marketing E. e., 2017)



(Figura nativos digitales)

1.4 La utilización de la internet es un hecho cotidiano; sin embargo, el diseñador enfrenta aún más problemas comparados con otros medios; debe por un lado manejar un lenguaje interactivo que diga mucho con pocos elementos visuales, información óptima, poco tiempo de ejecución, y por si no fuera suficiente aplicar los conocimientos de estética, legibilidad y legibilidad al texto que se presente.

La red es un medio global, es decir no existen fronteras, por lo que el diseñador debe proponer diseños que puedan entenderse visualmente por el mayor número posible de personas, cada tecnología de la comunicación hace uso de un lenguaje que le presta la cultura de ese momento, la cual define el lenguaje y es configurado por el diseño.

CAPITULO 2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

EL DISEÑO Y LAS REDES SOCIALES

Como ha influido el diseño gráfico en las redes sociales

Es claro que en diseño de una pieza digital o en el sistema de comunicación visual, los resultados siempre estarán condicionados por las capacidades o el dominio de las diferentes herramientas técnicas que el diseñador posea, evitando o reduciendo así los posibles márgenes de error dentro de lo que se podría contemplar como previsible, pero si se observa al mensaje desde el carácter expresivo y semántico en la relación con el público, lo imprevisible es más difícil de evitar. Si bien sería inapropiado o inocente, pensar que la comunicación es hoy un fenómeno casual, cuando cada vez son más los artilugios retóricos a los que se apela en términos de comunicación pública, en lo que a diseño refiere, el éxito o el fracaso realmente se podrán medir cuando esa pieza de diseño comience a dialogar con su público objetivo. Sin dudas, percibir no es lo mismo que interpretar, como leer no es lo mismo que comprender, y es en ese límite difuso pero cercano que existe entre estos conceptos, en el ida y vuelta que se da entre lo percibido y lo interpretado o entre lo leído y lo comprendido, donde el diseño encuentra su máxima expresión. Desde este posicionamiento, es entonces que se podría pensar al diseño en comunicación visual como un territorio poblado de dualidades, de pluralidades y también de contradicciones, oscilante entre las funciones y la forma, entre las licencias estéticas y las jerarquías de la información, entre el significado y el significante. Como en una suerte de movimiento pendular, los procedimientos del diseño transitan por lo que se podría concebir como una estructura multimodal, con numerosos accesos y con numerosas salidas, donde lo más probable sería que ante una misma problemática nunca se encuentre una misma resolución.

El principal objetivo del diseño es crear soluciones mediante un proyecto con finalidades visuales, cuyo fin es informar. En una estrategia digital, el diseño gráfico tiene un amplio campo de acción, desde la creación de la identidad visual (logos, gráficos, etc) hasta la personalización de las campañas de marketing de contenidos.

En cualquier caso, el diseño se convierte en una herramienta necesaria para conseguir marcar un valor diferencial en tu empresa. Por ejemplo, en el caso de la creación de una identidad visual, el trabajo del diseñador permite forjar una imagen sólida y memorable, cuyo propósito es posicionarse en la mente del consumidor. Y en el marketing de contenidos, la finalidad es elevar el atractivo visual de las piezas informativas.

Ahora bien como nos ha aportado el diseño en las redes sociales, como bien se ha mencionado esta herramienta nos permite dar a nuestra empresa un valor diferencial en el mercado dando así una visión diferente a lo que se tenía acostumbrado, ventas puerta a puerta, publicaciones en periódicos

o revistas y no está mal pues también es un diseñador el que ayuda o hace parte de esta metodología para generar más ingresos a las empresas, debido a la revolución tecnológica hoy en día el impacto de los aparatos móviles y de la internet la comunicación es más fácil, es más ágil y es mas útiles acá donde el diseñador entra y hace su papel, influye en cada diseño en cada publicación, pero es acá en donde nos preguntamos que tanto influye el diseño en las redes, que hacen, como lo hacen.

El diseño se ha adaptado a las redes sociales para lograr transmitir su profesionalidad y las cualidades de la empresa para con los clientes, a través de proyectos de innovación y de alta calidad para complacer a su público objetivo, son varios puntos en los cuales el social media adopto al diseño gráfico por así decirlo uno muy importante es el aporte que este le brinda al ecosistema y como se ha mencionado anteriormente al público objetivo.

Ahora bien, hoy en día las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de millones de personas a nivel mundial por lo que este se ha convertido en canales de comunicación muy efectivos, por lo que usar diseños atractivos y estratégicos puede llegar hacer un gancho para que el público objetivo seleccionado comiencen a seguir a la empresa.

Las redes sociales son un ecosistema donde el uso de imágenes es constante y, sin una apuesta por el diseño gráfico, resulta difícil adaptarse al mismo. Pero, además, debes adaptar el diseño a las particularidades de cada red social, su lenguaje y su *target* con el objetivo de ofrecer contenido único y específico para cada una de ellas.

Según estudio el cerebro humano procesa la información visual 60,000 veces más rápido que el texto es por eso que reaccionamos más al ver una imagen, una fotografía, una ilustración o una intervención gráfica más que al ver solo un texto plano. Un ejemplo claro es a la hora de ver por decirlo de alguna forma un hecho o un acontecimiento cultural donde se puede ver que fue intervenido para convertirlo en un meme pero ya las personas van a saber que sucedió solo por una imagen y no por leer o escuchar la noticia (Figura meme). Las imágenes que solemos utilizar en las redes sociales hacen despertar emociones, tales emociones son las que hacen o están predispuestas a que el público objetivo reaccione, ya sea para compartir o comentar, “sin emoción no hay reacción y se debe tener en cuenta que en redes no existen segundas oportunidades. (MARKETING, 2014)



Figura meme

Entonces el diseño gráfico juega un papel clave para conseguir imágenes y creatividades al máximo adaptadas al contexto de cada red social. Un diseño gráfico para redes sociales, que marque distancia con las publicaciones de la competencia en cuanto a calidad y originalidad, puede ser determinante para el crecimiento de la empresa. Pero, además, sirve para transmitir los valores y las virtudes de tu marca frente a otras empresas, que usan fotografías sacadas de bancos de imágenes sin personalizar y con un diseño gráfico de baja calidad.

OBJETIVO GENERAL

Reconocer la importancia del diseño gráfico en las redes sociales, sus grandes aportes a la social media y cómo influye en las empresas el marketing digital.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar de qué forma a influido el diseño gráfico en el social media para hacer un crecimiento publicitario en las empresas.
- Analizar qué aspectos generales han cambiado en las empresas a partir del diseño gráfico en las redes sociales.
- Comprender los aspectos por el cual el diseño gráfico es un factor importante para las redes sociales.

CAPITULO 3
HIPOTESIS Y MARCO TEORICO

3. HIPOTESIS Y MARCO TEORICO

3.1 Las redes sociales

El uso de las redes sociales en función con el diseño gráfico contribuyen al crecimiento empresarial, el desarrollo tecnológico ha logrado un incremento en el uso de las redes sociales por lo que ha generado grandes cambios a nivel de información, diseño, empleos y emprendimientos.

Entonces es evidente el crecimiento de la evolución de las redes sociales y que con ellas han aumentado y el proceso mediante el cual la empresa se ha introducido en nuevos mercados y en nuevos productos, hoy en día el alto uso de las redes el desarrollo tecnológico hacen que las personas usen estos dispositivos prácticamente a diario, como consultar sus redes para ver que productos nuevos ofrece el mercado, también para saber la competencias de las empresas, revisar correos electrónicos, visitar páginas web, entre otros.

Instagram, Facebook, Twitter, páginas web, Tik Tok, entre otras, son algunas de las redes sociales en las cuales la población ha intentado comunicarse o imponer un método de publicidad o de mercadeo, es entonces donde en este momento entra el diseño gráfico o el diseñador como tal, como se mencionó en capítulos anteriores hay estudios que confirman que el ser humano retiene más fácil imágenes que textos, por lo que una imagen o un “meme” es más fácil de ser recordado para un fragmento de texto, es acá donde esas pequeñas cosas son utilizadas como métodos para hacer marketing digital un claro ejemplo es el niño de “OXXO” quien empezó a rondar un video en las redes sociales, con un joven que protagonizo un chistoso video, lo más curioso fue que la cadena prohibió grabar videos al joven, (la compañía agregó que este tipo de acciones van en contra su filosofía, valores y códigos de conducta, por lo que decidieron tomar acciones para aclarar la situación), pero esto no se podía desperdiciar, era tendencia en las redes sociales por lo que “Burger King” tomo acciones y hizo de este una campaña publicitaria para su empresa.



Figura joven OXXO

Uno de los personajes de la red que ha ganado especial relevancia en semanas recientes ha sido el ahora conocido como “niño del Oxxo” y para Burger King se ha traducido en una oportunidad única para generar conversación entre los usuarios.

Este adolecerte se hizo popular hace algunas semanas luego de que en la red circulara un video en el que se hacía pasar como cajero de la reconocida cadena de conveniencia teniendo una peculiar reacción luego de que un supuesto cliente comprara preservativos.

Aunque el video parece no haber sido grabado en semanas o meses recientes, lo cierto es que ahora mismo es uno de los temas de conversación entre los usuarios de redes sociales, en donde las opines se han dividido.

A pesar de que para muchos se trató de un problema relacionado con las condiciones laborales de Oxxo, para el grueso de los usuarios fue un material reconocido por su peculiar humor, situación que ahora ha sido capitalizada por nada más y nada menos que Burger King. (Gonzalez, 2021)

Entonces las redes son una herramienta de comunicación efectiva y muy eficaz y cómo podemos observar importante para las empresas, para los diseñadores, entre otros medios de marketing, los medios además se han convertido en principales medios de noticias, como ya se ha mencionado si nos fijamos en la noticia o el ejemplo anterior del joven OXXO este se puede tomar como un método para hacer marketing, aprovechar el momento, pero como también se puede tomar como modo de burla o bullying, es dependiendo de cómo se emplee, de cómo se reflejen las noticias o la publicidad que se quiere dar a conocer la publicidad o información, es acá donde el diseñador usa

su ingenio para dar un toque de su creatividad y saber aprovechar el momento en las redes sociales. Varios de los beneficios de las redes sociales:

- **Canales informativos**
Para muchas personas las redes se han vuelto un canal informativo ya que es mucho más fácil observar las noticias por el dispositivo móvil, que estar pendiente del televisor o radio en las horas de las noticias.
- **Intercambio de ideas o conocimientos**
Es claro que los diseñadores a veces están el bloqueo creativo, por lo que en las diferentes redes sociales, se pueden intercambiar ideas o conocimientos con diferentes diseñadores, con distintos puntos de vista.

3.2 Plataformas Digitales

Las plataformas digitales expandirán la comunicación y el desarrollo de piezas para compartir en redes sociales, incrementando su publicidad y su objetivo específico que es el de expandir las ventas de sus productos, agregar más comentarios a sus videos, expandirse como plataformas informativas.

3.2.1 Facebook

Es una red social gratuita que se creó como una versión en línea de universidades americanas, en estas universidades son originarios ya que los entregan en boletines a comienzo de año, contienen fotografías, imágenes, información particular de los estudiantes para que estos se conozcan entre sí, primero se llevó esta idea inicialmente a estudiantes americanos pero luego de un tiempo fue abierto para toda la comunidad que contara con un correo electrónico. Inicialmente consistía en el intercambio de imágenes, creación de grupos donde se pudieran integrar y tener la posibilidad de agregar amigos, esta plataforma cuenta con un muro donde se puede compartir publicaciones.

3.2.2 Instagram

Es una aplicación móvil y red social que permite a los usuarios interactuar con imágenes, videos que cuenta con diversos filtros para editar las fotografías que se quieran compartir, al poco tiempo de haber sido estrenada fue catalogada como la aplicación fotográfica más grande a nivel mundial, se fueron agregando varias extensiones como los “hashtags” para identificar o etiquetar imágenes de la misma temática. Es la red social más efectiva para un crecimiento empresarial.

3.2.3 Twitter

Es una red social gratuita más informativa, que permite comunicar mensajes de forma rápida y sencilla, puede ser usada para estar informados de noticias o hechos más importantes que usualmente son publicados en la red, compartir pasiones, para hacer publicidad, realizar peticiones o reclamos, entre otros servicios.

3.2.4 Youtube

Es un sitio donde se pueden compartir videos, se pueden subir a la web a través de los usuarios, La idea es idéntica a la televisión, donde hay varios canales disponibles. La diferencia es que los canales son creados por los usuarios, donde pueden compartir vídeos sobre diversos temas de manera sencilla, los videos están disponibles para cualquier persona que quiera verlos. También se puede añadir comentarios sobre cada video.

entonces para unificar ambos puntos del marco teórico y de hipótesis se podría concluir la unión a la cual se llegó en todos los procesos, todas las plataformas digitales y el diseñador gráfico, es claro que para cada una de estas es esencial un diseñador, ahora bien si tenemos nuestras redes sociales solamente para subir compartir nuestras fotos, reuniones, no es esencial tener este proceso, pero para los emprendedores que un claro ejemplo fue esta pandemia la cual muchos necesitaron de otro sustento de otra forma de ingresos necesitaron de una estrategia de diseños de varia formas para hacer sus plataformas digitales, o que piensan de las grandes empresas que también el diseñador debía cumplir un papel fundamental para esto, un papel en su campo audiovisual, editorial, ilustrativo, todos estos campos son esenciales para las grandes empresas en redes sociales, una marca entra por los ojos todo entra por los ojos es por esto que es esencial el diseño en las redes sociales, un mal diseño o mala información publicado en las redes sociales puede causar finales inesperados por eso es de suma importancia saber qué es lo que se publica, cual es la información que se pretende asignar.

CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo de investigación, es posible concluir que existe una relación amplia entre las redes sociales y el diseño, debido a que todo necesita una estrategia, un plan elaborado, una campaña publicitaria, un plan estratégico donde se puedan guiar para explotar al máximo las ventas de sus productos y lo más importante agradar al público objetivo. Es muy obvio que los diseñadores son los que ayudan o dan ese plus para la venta del producto, para el crecimiento empresarial en las redes sociales, para llevar cierto tipo de información a distintas partes o como se mencionó en el trabajo de investigación una mala información puede generar grandes alegatos entre empresas, puede generar conflictos entre personas.

El diseño entonces no solamente se realiza para hacer adornos o decorar, el diseño gráfico o el diseñador como tal, es un profesional que maneja todo tipo de conceptos El diseñador es un profesional que maneja conceptos, códigos y estética, y sus mensajes son planificados, programados de una manera que pueda llegar a su público objetivo, que sea algo claro, que tenga soluciones simples para que este pueda ser comprendido por su audiencia. Entonces es un proceso audiovisual con un propósito comunicativo, que este mismo propósito sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Gonzalez, F. (04 de 04 de 2021). *Merca 2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/el-nino-del-oxxo-ahora-es-embajador-de-burger-king-y-asi-luce-la-peculiar-colaboracion/>
- Invokkers. (28 de Febrero de 2019). *invokkers creative y digital agency*. Obtenido de Invokkers.com: <https://invokkers.com/marketing-digital/importancia-diseno-grafico-marketing/>
- Marketing, e. d. (19 de Septiembre de 2017). *Optimizacion online*. Obtenido de <https://www.optimizacion-online.com/>: <https://www.optimizacion-online.com/importancia-diseno-grafico-estrategia-social-media-marketing/>
- Marketing, E. e. (17 de 09 de 2017). *Optimizacion online*. Obtenido de <https://www.optimizacion-online.com/importancia-diseno-grafico-estrategia-social-media-marketing/>
- MARKETING, S. M. (06 de 06 de 2014). *Puro marketing*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/42/22337/poder-imagen-contenido-visual-nos-atrae-tanto.html>
- Muñoz, J. (26 de Abril de 2018). *negociosyestrategia*. Obtenido de <https://negociosyestrategia.com/blog/diseno-grafico-redes-sociales/>
- Pacheco, K. (04 de 07 de 2018). *Universidad cuauhtemoc*. Obtenido de https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseo-Grfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos.
- Sánchez Ramos, M. E. (Julio de 2009). *La revolución digital en el diseño gráfico*. Obtenido de Universidad de palermo: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=16&id_articulo=5912