

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESINA CORREGIDA PARA URKUN.docx (D38534411)  
**Submitted:** 5/10/2018 5:41:00 PM  
**Submitted By:** romargarcia90@hotmail.com  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

<http://www.monografias.com/trabajos93/marketing-y-sus-tendencias/marketing-y-sus-tendencias.shtml>

### Instances where selected sources appear:

1

## INTRODUCCIÓN

Según Serrano, M., (2011, pág. 6); define a la comunicación social, como aquella en la cual se representa y se comercializa dependiendo de un sistema de comunicación especializada que pertenece a la comunidad en su conjunto.

El diseño gráfico se ha convertido en una herramienta fundamental de comunicación; las técnicas gráficas y los medios que se utilizan para transmitir un mensaje son vistos como un emisor creativo y eficiente llegando de esta forma al ámbito comercial, social y comunitario, ya que conceptualiza con eficiencia los componentes gráficos para que a través de ellos se pueda llegar eficientemente al mercado meta.

Siendo esta profesión parte de la comunicación por que recibe la información, la transforma y la transmite, también colabora con la sociedad y la comunidad por medio del conocimiento investigativo que forma parte de una estrategia de comunicación, conocer sobre los barrios y ciudades con sus necesidades y tener un criterio formal para diseñar con un lenguaje propio, intercambiando ideas con todo el grupo creativo.

La comunicación ha globalizado y su influencia es notable, yendo más allá de un simple gráfico o diseño, sino abarcando la identidad cultural de un pueblo, sus costumbres, hábitos, gustos, preferencias, sus ideologías, es decir todo aquello que lo hace permanente en el tiempo, y que logra pasar de generación en generación.

CITATION Car091 \p 10 \l 1034 (Carpenter , 2009, pág. 10) Menciona al respecto opina que los análisis sobre las capacidades comunitarias, en ocasiones, se orientan a modificar las pautas tradicionales con que las políticas sociales abordaron la realidad social durante un período importante La ruptura se orienta hacia concepción del modelo tradicional de desarrollo que se instala en la postguerra europea y que sería exportado a otros escenarios internacionales, sobre todo latinoamericano.

## CAPÍTULO 1

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del problema

En el Ecuador las medidas de comunicación con la sociedad en el diseño gráfico El inicio del Diseño y Publicidad surge como un cambio de la educación, es así que en 1970 esta rama que ahora es imprescindible para las empresas e instituciones, por lo contrario, se lo apostó como una variante de ensaño probabilístico con futuro. Para el desarrollo de la sociedad

Según (Caicedo, 2011, pág. 12) Afirma que para entender la historia de la publicidad en el Ecuador es importante, primero conocer el origen de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) que nace en 1968, pero cuyo funcionamiento y personería se oficializa en 1970, con esto se da inicio al primer gremio que agrupa empresas de una industria que aporta al aparato productivo del sistema económico nacional. Para Alberto Alarcón Cabañilla

primer presidente declaro que en esa época la publicidad para los clientes, comerciantes e industrias no era más que una pérdida de tiempo.

El diseñador gráfico es quien se encarga y se responsabiliza del manejo de los procesos comunicativos visuales aplicando debidamente sus conocimientos para que su grupo objetivo capte el mensaje. Es entonces importante que el diseñador cuente con una sólida formación técnica, cultural y humanística, para que su aporte como profesional de la rama sea adecuado, oportuno y relevante para el correcto desarrollo de proyectos y por ende su aplicación a situaciones específicas, en el marco ético, profesional, social y cultural.

Esta situación se aleja cada vez más del verdadero concepto que como profesional del diseño gráfico se requiere para el abordaje de proyectos relacionados al desarrollo social y comunitario que desde su formación debe tener el diseñador; el problema se agudiza en el mismo momento de concebir a la profesión como un ente netamente comercial y no como un ente social y al servicio de la comunidad, cabe entonces elaborar la siguiente premisa: "El Diseño Gráfico está siendo influyente en el desarrollo social y comunitario".

1.2 SISTEMATIZACION ¿Qué argumentos teóricos son necesarios para su aporte en la sociedad y en la comunidad?

¿Cómo proponer el Diseño Gráfico como una herramienta comunicacional para el desarrollo social y comunitario de una sociedad?

1.3 Formulación del Problema ¿De qué manera influye el diseño gráfico en el desarrollo social comunitario?

1.4 OBJETIVOS 1.4.1. Objetivo General Analizar la influencia del diseño gráfico en el desarrollo social y comunitario. 1.4.2. Objetivos específicos 1. Fundamentar teóricamente sobre el diseño gráfico y su aporte en la sociedad y la comunidad. 2. Proponer al diseño gráfico como una herramienta comunicacional para el desarrollo social y comunitario de una sociedad.

Es importante darle un nuevo enfoque a la formación del profesional de diseño gráfico desde las aulas, proporcionándoles las directrices necesarias desde el currículo, para su eficiente intervención en el desarrollo social y comunitario; promover su participación en eventos sociales y culturales participando en la promoción de campañas sociales, y en los diferentes ámbitos sean estos educativos, deportivos, políticos, de salud, psicológicos, antropológicos, sociológicos, es decir en todo aquello que tenga que ver con cambios en la sociedad.

Se debe entonces asignar un nuevo rol al diseñador el de identificador de problemas, empezando por reconocer una necesidad, siendo el desarrollo social un elemento activo en pro de mejorar la calidad de vida de la comunidad al que se dirige. Bernard (s.f.), citado por Frascara, J., (2008 pag. 15), escribió: El diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad.

1.5 Justificación

Esta investigación es de gran importancia para el desarrollo de comunicaciones visuales, de tipo social, además servirá para crear un nuevo perfil de salida enmarcado en el servicio a la sociedad, convirtiéndole en un promotor de soluciones, que necesita identificar y proponer acciones para asumir ciertas situaciones de índole social, y que contribuyan al desarrollo y mejora en el sistema de vida de todas aquellas personas a quienes vaya dirigida la comunicación.

El nuevo enfoque que el profesional de Diseño Gráfico debe tener está relacionado con los conceptos en relación al comportamiento del individuo en la sociedad, en función de sus ideologías, hábitos, gustos, preferencias; ya que desde esta disciplina intervenir y corregir estos cambios de conducta, asegurándolos la mejora en la calidad de vida de los mismo; así por ejemplo si se requiere de una nueva actitud de cierto sector de la población respecto al cuidado del medio ambiente, que mejor que abordarlo desde la perspectiva social y mediante una campaña social comunitaria que promueva mediante los medios masivos de publicidad esas nuevas formas de conducta positivas en la población, si se requiere tener nuevos hábitos en los individuos o personas para el fomento del ahorro, o para introducir en la mente de los consumidores el ahorro, que mejor que hacerlo mediante una campaña social que induzca a los usuarios al ahorro y al cuidado del dinero y a la planificación y mayordomía de sus recursos financieros.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los docentes y estudiantes ya que se hará hincapié en la formación sólida, técnica y humanística de profesionales que pueden adaptarse a los constantes avances tecnológicos y que tienen la capacidad de cumplir con las necesidades de comunicación social que requiere el país.

Para lo cual se requiere del refuerzo de notables aspectos educativos; esta investigación tiene la intención de reencaminar el propósito con que fue estructurado el programa de diseño gráfico, en mostrar el valor que tiene el correcto desarrollo de la profesión, y en promover el desarrollo del profesional como alentador de soluciones, haciéndole ver que el diseño tiene impacto en los comportamientos de las personas y que a su vez contribuye al desarrollo social y mejoras en el sistema de vida.

Esto se lo puede lograr si desde los programas curriculares que forman al profesional del Diseño Gráfico se incluyen dentro de la malla los contenidos programáticos relacionados al ámbito social y comunitario.

## CAPÍTULO 2

### MARCO REFERENCIAL

2. MARCO TEORICO 2.1 Antecedentes Históricos Los factores de desarrollo sociales han existido desde los comienzos de los siglos presentándose como métodos que dan a conocer a una sociedad; valores, cultura, conocimientos físicos, mentales, emocionales, morales y sociales de una persona, para formase como líder de un estado y la sociedad

La pregunta por el significado de estas nociones se puede pensar al menos de dos maneras. Por un lado, sencillamente como la pregunta por la significación de dos términos bien

conocidos, emparentados históricamente con el nacimiento de la sociología como ciencia. En Comunidad y sociedad, a cada uno de ellos Tönnies le consagra una "Teoría". El Libro Primero, titulado "Definición general de los conceptos capitales" se subdivide en tres partes: la introducción general o "Tema", el Capítulo primero, "Teoría de la comunidad", y el Capítulo segundo, "Teoría de la sociedad". Es interesante notar que más allá de las grandes diferencias que existen entre estas interpretaciones, buena parte de los análisis que se preguntan por el significado de estos conceptos reproducen en mayor o menor medida el esquema aparentemente lineal que propone Tönnies: a) introducción al problema, b) rasgos generales de la "comunidad", c) rasgos generales de la "sociedad". Se entiende, entonces, que para el análisis que nos proponemos aquí sea imperativo tomar en cuenta ambos modos de plantear la cuestión. CITATION Dan10 \p 27 \l 1034 (Daniel Álvaro, 2010, pág. 27)

Los movimientos sociales urbanos, en la sociedad en las redes y hace el rol de los países donde el crecimiento de la economía está asentado en búsqueda de las capacidades de comunicación en las redes, en muchos esfuerzos la tecnología únicamente proviene de diversas fuentes de la sociedad y comunidad en información. Son muy conocidos sus libros: La galaxia Internet; La era de la información; Comunicación y poder, entre otros. Sin embargo, su capacidad de trabajo, no está únicamente medida por el número de investigaciones y publicaciones individuales realizadas, sino por el esfuerzo coordinador de muchos trabajos colectivos provenientes de diversas fuentes, como: Las Tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del Siglo XXI; El Estado del bienestar y la sociedad de la información.

Castells, M., (2006, pág. 41) Los principios del urbanismo a partir de la década de los noventa unos de los países más conocidos influyentes, como los medios intelectuales profesionales en las ciudades sub desarrollas de latino América y el continente asiático a formase como líderes de un estado para la sociedad.

Los nuevos principios del urbanismo: "A partir de los años noventa Ascher se convierte en uno de los 'pensadores' sobre la ciudad más conocido e influyente, en Francia y en los medios intelectuales y profesionales de los países europeos y americanos". Acuñando conceptos como metápolis, sociedad hipertexto e hipermodernidad, de los que este último quizás sea el de más amplio alcance y que engloba a los anteriores. Ascher propone una serie de herramientas conceptuales para observar la sociedad actual y su cultura desde una perspectiva novedosa y que se hace cargo de las más recientes teorías del campo. Siguiendo con Borja: "El análisis sobre la tercera revolución urbana moderna, la que sucede a la ciudad del renacimiento y a la urbe metropolitana de la Revolución Industrial es la metápolis o ciudad de lugares y flujos actual, se ha convertido en una clave indispensable para el análisis de la sociedad del siglo XXI".

CITATION Edm04 \p 10 \l 1034 (Edmundo Garrido Alarcón, 2004, pág. 10) El diseño gráfico aporta a causas de interés social a través de los medios publicitarios de manera comunicativa, persuasiva, intencional e interesada, buscando contribuir al desarrollo social y comunitario.

Según López, M., (2012, pág. 82) menciona que la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al

desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social. El diseño gráfico como aporte en la educación social es útil, ya que se puede transmitir mensajes que ayudan a resolver problemas sociales de una manera clara y comprensible.

Casas, C., (2014, pág. 22) define al Diseño Gráfico es una profesión de comunicación visual, por lo tanto, es una herramienta muy útil y fundamental en la educación de una sociedad. La manera de transmitir mensajes puede ayudar a resolver de una mejor forma diferentes tipos de problemas tales como educación, salud, valores, solidaridad, identidad, como muchos otros. El aporte profesional que proporciona la carrera de Diseño Gráfico no solo es el ámbito comercial, sino que abarca las áreas sociales, desde la conceptualización del mensaje publicitario el cual será comunicado hacia los respectivos clientes, consumidores o usuarios. Esta profesión abarca dos dimensiones que son la comunicación visual y la Publicidad, de modo que vale referirse en ambas esferas, pero con el mismo enfoque de carácter social contenido en el mensaje que se quiere transmitir.

Codeluppi, V., (2007, pág. 18) menciona que la publicidad desempeña una gran importancia en el plano social. Incluso, podría decirse que es uno de los actores más potentes que actúan en el proceso de la producción de la cultura de la sociedad contemporánea. Esto conlleva que la publicidad tenga una gran visibilidad social y, a un mismo tiempo, que sea objeto de numerosas críticas. A lo largo de la historia, la publicidad ha tenido detractores por sus excesos en cuanto a la utilización de un lenguaje exagerado y agresivo o por el abuso de imágenes de las mujeres y de su cuerpo. Durante los años sesenta y setenta en Occidente la publicidad fue duramente criticada. En la actualidad la publicidad se dirige también a lo social, y su uso está ligado a procurar un cambio de actitud de comunidades enteras de individuos para fomentar en ellos nuevos hábitos y nuevas formas de vida, que le permitan vivir armónicamente en sociedad.

2.2 Definiciones Diseño gráfico: El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer necesidades de comunicación visual. Se ocupa de organizar imagen y texto, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos.

Desarrollo Social. - describe al progreso tanto del desarrollo humano como del de una sociedad. Este consiste en el cambio de manera positiva en las personas de los grupos sociales el mismo que genera buenas relaciones sociales y bienestar en la sociedad.

Desarrollo comunitario: - Es una terminología usada para aquellos individuos que realizan prácticas activistas, cívicas y libertarias, en pro de mejorar aspectos en las comunidades relacionados a la mejora de su calidad de vida sostenible y sustentable.

### 2.3 BASES LEGALES 2.3.1 CODIFICACIÓN DE LA LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

Según el registro oficial de la Ley Orgánica de Comunicación, (2013) Capítulo II, Título 5 Medios de Comunicación Social, se muestra el siguiente artículo que respaldan a los Medios de comunicación social y su aporte en la sociedad y su bienestar.

(Art. N° 71, pág. 42 a 43, 2013) La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

## CAPÍTULO 3

### 3.1 METODOLOGÍA

La investigación tendrá como modalidad el tipo descriptiva, explicativa porque trata de establecer un estudio sobre la relación entre el Diseño Gráfico y el desarrollo social comunitario; siendo la finalidad del estudio la de producir conocimientos y cambios conscientes sobre el contexto diario de los sujetos sociales, relacionado a su aprendizaje colectivo; además la investigación es documental porque se requiere el análisis de texto, artículos científicos y todo tipo de documento que demuestre la relevancia de la disciplina del Diseño y el desarrollo social y comunitario, ya que su aspiración máxima es lograr un desarrollo permanente de la comunidad, de la conciencia crítica de sus habitantes y favorecer fórmulas de organización social.

La forma de conducir la investigación será mediante la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos de recolección de información; los métodos inductivo-deductivo; analítico-sintético.

Método inductivo-deductivo: se partió de lo particular a lo general, del análisis de las partes que conforman el todo; es decir del estudio minucioso de los elementos observados para en lo posterior llegar a conclusiones generales.

Método analítico-sintético: importante porque estudia los hechos, partiendo de las generalidades para luego proceder a la descomposición del objeto de estudio y estudiarlas de forma individual.

#### Técnicas e Instrumentos

Entrevista. - realizada a los profesionales de Diseño, mediante diálogos sobre el quehacer profesional en el ámbito social comunitario.

## CAPÍTULO 4

### 4.1 DESARROLLO DEL TEMA

#### El Diseño Gráfico y el desarrollo social

Monsalve, A., (1999) define como desarrollo social al proceso de transformación de una sociedad y aportación de una población, que lleva a un mejoramiento de las condiciones de vida, que busca la dignificación del ser humano y una distribución más uniforme de la calidad de vida de la sociedad.

El término Sociedad es utilizado constantemente en nuestro medio. Además, ha sido estudiada y definida por muchos teóricos, dándole definiciones como: Grupo de personas que comparten un mismo territorio y la misma cultura; por lo tanto, una sociedad se la identifica por su forma de comportamiento, los cuales incluyen la idiosincrasia, los hábitos o costumbres, formas de pensamiento, sus tradiciones, forma de vestimenta, dialecto entre otros.

El diseño gráfico como tal forma parte importante del vivir cotidiano, porque influye directamente en el comportamiento, conocimientos y actitudes de los grupos. El diseño debe manejarse con ética y responsabilidad. El diseñador dentro de estos parámetros puede proponer respuestas de comunicación para la solución de problemas sociales y también métodos que permitan alcanzarlos.

Más allá de una función enfocada en el ámbito comercial y con fines de lucro, el diseño posee otros aspectos, que por medio de la comunicación adecuada pueden ayudar al desarrollo del país, en el enfoque económico, el desarrollo cultural y el medio ambiente, a través del estudio de los comportamientos de un sector de la población; este tipo de comunicación social es posible, de allí que viene el termino de campañas sociales cuyo fin no es el lucro sino la intervención directa en la conducta del consumidor, de ello se tienen como ejemplo algunas campañas desarrolladas en el ámbito económico/social, el fomento de hábitos o costumbres como el hábito por la lectura, el respeto al medio ambiente, el cumplimiento del pago de tributos, fomento del ahorro, atención y servicio al cliente; todas ellas con un objetivo en común cambiar o fomentar nuevos estilos de vida en la población.

### Impacto del Diseño Gráfico en la Comunidad

Según Frascara J, (2008, pág. 10) "Una campaña comunicacional propone un cambio de actitud frente a una situación dada, debe existir un beneficio para el público que sea percibido por el público".

El Diseño gráfico tiene como función informar, persuadir e identificar, para lo que se debe de contar con conocimientos sólidos en diferentes áreas y además del contexto que le rodea, debe saber sobre los hábitos, preferencias, gustos, costumbres, ideologías sobre el grupo objetivo al que va dirigido los esfuerzos comunicacionales.

Siendo la comunicación un elemento necesario para generar cambios, el diseñador crea estrategias de comunicación visual que contribuyan al logro de los objetivos propuestos, para llegar a la realidad deseada. Este conjunto de propuestas desarrolladas está dirigido a crear un impacto en las actitudes, y tiene un propósito claro. Según Frascara, J., (2008, pág. 6) "La mera enunciación de ideas nuevas o supuestamente nuevas no basta. Cuando hablamos de definir nuestra tarea en una época contra la falta de casa y de comida, debe ser claro que el hecho importante no es encontrar una definición abstracta (o literaria) sino una definición operativa, es decir, adecuada a los requerimientos de la realidad y que pueda ayudar a guiar nuestra acción con éxito".

La clave está en tener pleno conocimiento sobre el público meta, al que se dirigen los esfuerzos comunicacionales; el profesional diseñador deberá contar con conocimientos en demografías, psicología, y otros que le permitan una correcta segmentación de mercado, ya que es una práctica que no se puede llevar a ciegas, para ello se necesita la intervención de otras disciplinas que complementen la formación conceptual del profesional en diseño gráfico.

Los Métodos en formación en desarrollo social y comunitario del Diseñador Gráfico

Frascara, J., (2008) explica que para el desarrollo de cualquier proyecto de comunicación visual es muy importante que el diseñador responsable cuente con una diversidad de conocimientos acordes al público al que se dirige el proyecto siendo estos la cultura y el ambiente, entre otros, ya que esto favorece ampliamente el proceso de comunicación con el público y contribuye a una mejor aceptación por parte del mismo, tomando en cuenta que se trata de persuadir al público y que no es posible generar cambios directos pero sí ir colocando la idea poco a poco, determinando los objetivos de hacia dónde se dirige la comunicación y una metodología acorde que trabajando en conjunto alcance los objetivos propuestos. En el proceso de formación del diseñador se debe contar con una serie de conocimientos que cumplan con estos parámetros, en pro del desarrollo social, como lo son la sociología, psicología, antropología, ciencias de la educación y marketing.

Relación del Diseño Gráfico con otras ciencias de índole social

Sociología Algunas definiciones (Chavis y Newbrough, 1986; Giuliani, García y Wiesenfeld, 1994; Sánchez, 2005) indica que la comunidad supone relaciones, interacciones tanto de hacer y conocer como de sentir, por el hecho de compartir esos aspectos comunes.

Esta ciencia guarda relación con Diseño Gráfico debido a que profundiza sus estudios en la actividad social de la humanidad, así como sus aspectos históricos y culturales, en los que se desarrollan los individuos; además analiza con profundidad el desarrollo de las tendencias culturales, se enfoca en las relaciones sociales humanas; esta ciencia es de vital importancia puesto que nos ayuda a conocer el comportamiento de la comunidad, también ayuda a definir con asertividad los grupos sociales para conocer a quien se dirige los esfuerzos comunicacionales.

Psicología

Las características del rol del psicólogo comunitario, se desprende de la definición de Rappaport (1977) y de Sánchez (1988) en donde se menciona que: "es un campo de estudio de la relación entre sistemas sociales entendidos como comunidades y el comportamiento humano y su aplicación intervenida a la prevención de los problemas psicosociales y el desarrollo humano integral, desde la comprensión de sus determinantes socio ambientales y a través de la modificación (consciente y generalmente planificada) de esos sistemas sociales, de las relaciones psicosociales en ellas establecidos y del desarrollo de la comunidad".

Esta ciencia es aquella que estudia los aspectos de la conducta y comportamiento de los individuos, además estudia el funcionamiento del cerebro, la percepción, la atención y la

memoria; todos estos elementos necesarios para el conocimiento del ser humano en todas sus dimensiones, pero de forma individual.

### Antropología

Para Foster 1994 p.88-89 la Antropología aplicada es el nombre que se le da a las actividades profesionales en programas que tienen como objetivos principales, lograr cambios del comportamiento humano y mitigar los problemas sociales, económicos y tecnológicos.

Es el estudio del ser humano de forma holística, proporciona información sobre la humanidad en diversos contextos y culturas, pero actuando en sociedad. Estos estudios inician desde la evolución biológica, estilo de vida de los moradores de un pueblo, sus formas de organización social, sus culturas, ideologías, pero desde la convivencia como sociedad; se relaciona con el Diseño Gráfico por lo que para realizar un concepto se necesita conocer a profundidad los comportamientos de tal o cual sector de la población.

### Ciencias Educativas

Para Freire, P. (1993) "El ser comunitario aprende rompiendo con las imposiciones y, por su misma condición hace valer sus conocimientos y experiencias que el mundo de la vida le ha permitido acumular en diversos espacios y tiempos"

Es un compendio de disciplinas como la sociología, economía, antropología, historia, psicología y filosofía, todas ellas aplicables a las áreas de diseño y que en las comunicaciones incluyen elementos educativos que van dirigido a un público objetivo.

### Marketing

"la aplicación de técnicas comerciales de marketing para beneficiar a la sociedad. Su objetivo es producir cambios voluntarios en el comportamiento a través del conocimiento de las necesidades, deseos y barreras percibidas por el público objetivo: la sociedad o parte de ella" (Leal Jiménez, A., 2000: P. 36).

A través de esta disciplina se requiere conocer a profundidad como satisfacer al consumidor final, según (Kothler P, 2012, pág 8) "

0: <http://www.monografias.com/trabajos93/marketing-y-sus-tendencias/marketing-y-sus-tendencias.shtml>

97%

Marketing es

el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios".

También

esta ciencia abarca aspectos como la investigación de mercado, ventas, posicionamiento, además de su enfoque social como Marketing Social.

Perfil del profesional diseñador gráfico

Reflexivo La formación profesional del diseñador fundamentada en el desarrollo de su capacidad de pensar; para la puesta en marcha de ideas innovadora y de impacto.

Estratega Que pueda ser capaz de descubrir y diferenciar necesidades y la creación de soluciones para la mejora de situaciones sociales.

Pensamiento crítico Que sea capa de argumentar científica, técnica y socialmente sus procesos cognitivos al dar a conocer una propuesta gráfica, debidamente sustentada.

Responsable Que sea capaz de comprometerse a llevar a cabo un proyecto, en el tiempo y los aspectos convenidos, demostrando constancia y denuedo hacia las vicisitudes expuestas.

Capacidad de escuchar Que sea capaz de poner atención a los aspectos culturales y sociales de las comunidades que contribuyan a una comunicación ética.

Credibilidad Que pueda ser capaz de ser convincente y a la vez de defender sus propuestas en pro de una mejora en la calidad de vida.

Propuesta de transformación a través del diseño grafico

Aunque el proceso es a mediano y largo plazo porque se trata de influir mediante las bondades del diseño gráficos en las conductas o comportamientos de los individuos; y ello sin lugar a duda no se lo consigue de inmediato; además de contribuir a mejorar la sociedad en los diferentes aspectos que la componen, lo económico, político, sociocultural, ambiental.

Desarrollo Sociocultural Mediante las campañas sociales se puede influir en la sociedad para que se deje a un lado el maltrato, los vicios, los malos hábitos o malas costumbres, propendiendo una sociedad justa, equitativa y humana.

Desarrollo económico Al intervenir en lo social se puede abarcar lo económico, ya que el progreso de la misma esta intrínsecamente relacionado a ella; se requiere el logro de ejercer mayor productividad en virtud de la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Desarrollo ambiental Los procesos productivos se ven ligado a lo ecológico; ya que se incluye desde la manufactura o descarte del producto una intención de optimización de los recursos y a su vez de que ello no afecte al medio ambiente.

## CAPÍTULO 5

### 5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones a las cuales se llegaron con la estructura del presente ensayo respecto a que el Diseño Gráfico y su influencia en el Desarrollo Social y Comunitario son las siguientes: La

relación existente entre el profesional del Diseño Gráfico y otras disciplinas como la Sociología, Psicología, Antropología, Marketing y las Ciencias Educativa es relevante pues todas aquellas tratan del comportamiento individual, social y psicológico del ser humano en sociedad. Estas disciplinas nombradas anteriormente deben ser un referente a tomar en consideración en la malla curricular para la formación profesional de los mismos. El Diseño Gráfico es una carrera importante y deben ser considerado en el desarrollo de proyectos multidisciplinarios, su rol debe ser considerado como un comunicador visual que le permita crear conceptos generados a partir de estudios profundos de comportamiento humano, así como un ente para fomentar nuevos hábitos y estilos de vida. Esto nos lleva entonces a la necesidad de fortalecer el perfil profesional del diseñador y hacer de ellos un ser humano integral, reflexivo, estratega, con juicio crítico, ético y responsable, que tenga la capacidad de escuchar y sobre todo que tenga credibilidad en la realización de sus tareas o proyectos sociales y comunitarios. El Diseño Gráfico tiene gran influencia en el desarrollo social y comunitario; ya que a través de la transmisión del mensaje eficiente y bien entendido se puede contribuir a cambios significativos en la población a la cual se dirigen los esfuerzos comunicativos; es de radical importancia porque se puede establecer mejorar en la calidad de vida de la población y cambiar aquellas actitudes erróneas y crear nuevas actitudes positivas e idóneas en la misma.

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

---

Instances from: <http://www.monografias.com/trabajos93/marketing-y-sus-tendencias/marketing-y-sus-tendencias.shtml>

0: <http://www.monografias.com/trabajos93/marketing-y-sus-tendencias/marketing-y-sus-tendencias.shtml> 97%

Marketing es

el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios".

También

0: <http://www.monografias.com/trabajos93/marketing-y-sus-tendencias/marketing-y-sus-tendencias.shtml> 97%

marketing1 ) es «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios».2 También