



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN DISEÑO
GRÁFICO Y PUBLICIDAD**

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

TEMA:

**INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN MODELOS
EDUCATIVOS SOBRE DISEÑO Y LA PUBLICIDAD EN EL
CANTÓN MILAGRO**

Autores:

LEÓN ARISTEGA LAURA ESTEFANÍA

MOSQUERA CABRERA ARIANA ANDREINA

Acompañante:

LCDO. DAVID ULISES CHOEZ ORTEGA

Milagro, septiembre 2017

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente

Nosotros, **LEÓN ARISTEGA LAURA ESTEFANÍA** y **MOSQUERA CABRERA ARIANA ANDREINA** en calidad de autor(es) y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi (nuestro) Título de Grado, como aporte a la Temática "INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN MODELOS EDUCATIVOS SOBRE DISEÑO Y LA PUBLICIDAD EN EL CANTÓN MILAGRO" del Grupo de Investigación **DISEÑO GRÁFICO - TEMÁTICA** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/muestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta práctica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 30 de agosto del 2017



León Aristega Laura Estefanía
CI: 094131717-4



Mosquera Cabrera Ariana Andreina
CI: 092798759-4

APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, **DAVID ULISES CHOEZ ORTEGA**, en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por las estudiantes **LEÓN ARISTEGA LAURA ESTEFANIA** y **MOSQUERA CABRERA ARIANA ANDREINA**; cuyo tema es: **INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN MODELOS EDUCATIVOS SOBRE DISEÑO Y LA PUBLICIDAD EN EL CANTÓN MILAGRO**, que aporta a la Línea de Investigación **RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD** previo a la obtención del Grado de **LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 30 días de agosto del 2017.



L.cdo. **DAVID ULISES CHOEZ ORTEGA**
ACOMPAÑANTE
CC. 091683701-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

**CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES, TOVAR ARCOS GERMANICO RENEE,
ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID.**

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título de **LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD** presentado por las señoritas **LEÓN ARISTEGA LAURA ESTEFANIA** y **MOSQUERA CABRERA ARIANA ANDREINA.**

Con el título:

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[87.6]
DEFENSA ORAL	[23.5]
TOTAL	[92]
EQUIVALENTE	[96]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO.

Fecha: 22 de 09 del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>David Ulises Choez Ortega</u>	<u>[Firma]</u>
Vocal 1	<u>Edison Andrade S</u>	<u>[Firma]</u>
Vocal 2	<u>Renée Tovar Arcos</u>	<u>[Firma]</u>

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a DIOS que inspiró nuestro espíritu para la conclusión de este trabajo porque ha estado con nosotros en cada instante bendiciéndonos y brindándonos fuerzas para alcanzar nuestras metas. A nuestros padres quienes nos dieron la vida, educación, y su incondicional a cada momento, estuvieron dándonos consejos y ánimos durante todo este proceso para seguir adelante y también por apoyarnos económicamente.

AGRADECIMIENTO

Este presente trabajo, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, no hubiese sido posible si Dios no nos hubiese ayudado a alcanzar el logro tan deseado, a Él se le agradece por la vida que nos está dando, nos ha brindado infinita sabiduría y por estar con nosotras en cada paso que damos, a nuestros queridos padres, los cuales han sido soporte e inspiración para culminar con esta meta importante en nuestra vida, aunque ellos no han estado presente físicamente, siempre han procurado orientarnos y guiarnos en cada paso que hemos dado.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA .	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO.....	6
INDICE DE CUADRO	8
INDICE DE FIGURA.....	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN	14
MARCO TEÓRICO.....	16
1. La Comunicación	16
1.1 La comunicación en la educación	16
1.2 Modelos de educación que influyen en la publicidad	17
1.3 Cuando nace en Ecuador como educación el diseño en la publicidad	18
1.4 Como influye la comunicación dentro del diseño y la publicidad de un modelo educativo en la institución superior del cantón Milagro	19
DESARROLLO	25
CONCLUSIÓN	29
BIBLIOGRAFÍAS	31

INDICE DE CUADRO

Tabla 1: Malla Curricular de la Carrera de Diseño Gráfico y Publicidad	22
Tabla 2: En Ecuador la Publicidad	27
Tabla 3: Diseño Gráfico Quito - Ecuador	28

INDICE DE FIGURA

Ilustración 1: Malla Curricular de Diseño Gráfico ESPOL	23
Ilustración 2: La comunicación en la Educación.....	25
Ilustración 3: Evolución de la Publicidad.....	28

TEMA: “INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN MODELOS EDUCATIVOS SOBRE DISEÑO Y LA PUBLICIDAD EN EL CANTÓN MILAGRO”

RESUMEN

La comunicación tiene un papel predominante en el cotidiano vivir y en los diferentes medios que se lo exponen, el diseño y la publicidad hace que dicha comunicación tenga un mayor grado de impacto, exponiendo los mensajes que se desea transmitir de la mejor manera, lo cual ha constituido en un campo de estudio amplio que mueve el entorno desde todas las matices comunicacionales y publicitarias.

El presente trabajo va enfocado a demostrar que la comunicación está inmiscuida en todas ciencias y en específico la educación, el diseño gráfico y la publicidad que son nuestro objetivo de exposición. La comunicación basa su proceso en el comportamiento del ser humano y su desenvolvimiento en la sociedad, por tales motivos es indispensable manejar la información con diseños innovadores que sean atractivos, educativos y utilizados en beneficio de la sociedad.

El diseño y la publicidad parte de la necesidad en la sociedad por factores políticos económicos y sociales, mejorando la exposición de la comunicación por medio de representación visual. En la actualidad la tecnología y las estrategias para posesionar un producto o servicio se han hecho indispensables para todo tipo de empresas o instituciones con el fin de captar la atención y consumo del usuario, pero a su vez, creando una actitud crítica en el receptor.

Los matices del diseño y la publicidad empezaron de manera artesanal, partiendo de la necesidad del mercado urbano, el cual consistió en planificar y proyectar ideas y experiencias con un contenido visual y textual para transmitirlo al público objetivo.

En comparación con el diseño que se inició con la pintura rupestre de Altamiro o de Lacaux en el siglo XIV, fueron quienes mostraban sus obras con un significado simbólico. Paulatinamente y con el paso del tiempo, el diseño y la publicidad se ha posesionado en las instituciones educativas convirtiéndose en una Carrera de gran plusvalía., como lo implementa la Universidad de la ESPOL de la ciudad de Guayaquil generando enseñanza a los estudiantes con docentes capacitados y en el ámbito local la Universidad Estatal de Milagro UNEMI, quienes desde el 2005 implementó esta carrera teniendo buena acogida.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación, Educación, Diseño, Publicidad.

TITTLE:

"Influences communication in educational models on design and advertising in the canton Milagro"

ABSTRACT

Communication has a predominant role in daily living and in the different media that expose it, design and publicity makes this communication has a greater degree of impact, exposing the messages that are to be transmitted in the best way, which has been a broad field of study that moves the environment from all communication and advertising nuances.

The present work is focused on showing that communication is involved in all sciences and specifically education, graphic design and advertising that are our goal of exposure. Communication bases its process on the behavior of the human being and its development in society, for such reasons it is indispensable to handle information with innovative designs that are attractive, educational and used for the benefit of society.

Design and publicity starts from the need in society for economic and social political factors, improving the exposure of communication through visual representation. Nowadays the technology and the strategies to possess a product or service have become indispensable for all types of companies or institutions in order to capture the attention and consumption of the user, but in turn, creating a critical attitude in the receiver.

The nuances of design and advertising began in an artisan way, starting from the need of the urban market, which consisted of planning and projecting ideas and experiences with a visual and textual content to transmit it to the target audience.

Compared with the design that began with the rock painting of Altamiro or Lacaux in the fourteenth century, they were those who showed their works with a symbolic meaning.

Gradually and with the passage of time, design and publicity has been taken over in educational institutions becoming a career of great added value, since the Ibero-American community (CIBER), gave technical support to academic institutions such as ESPOL in

the city of Guayaquil, and in the local scope the State University of Milagro UNEMI, who since 2005 implemented this race having a good reception.

KEYWORDS:

Communication, Education, Design, Advertising.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se la ha realizado en base a la comunicación como campo de estudio, tomando en cuenta la influencia de los modelos educativos sobre diseño y la publicidad en el cantón Milagro, aplicado como estudio de la ciencia en los últimos años. Se ha hecho notable la evolución de la comunicación en la educación en todo el mundo por sus avances tecnológicos, el Diseño Gráfico y Publicitario convirtiéndose en una pieza fundamental.

Esta carrera es de gran impacto en la sociedad por los efectos publicitarias aumentando el mercado comercial de los propietarios, la formación de jóvenes en plasmar sus ideas proponiendo soluciones innovadoras orientadas a potencializar a las empresas, haciendo que la utilización del Diseño Gráfico y Publicidad sea considerada como una herramienta de inversión y no como un gasto irrecuperable.

En nuestro país nace la publicidad y el diseño por precursores quienes vieron la necesidad de formar una sociedad, estableciendo el Consejo Nacional de Publicidad (CNP), abriendo camino para que las Universidades impartían cátedras de mercadeo, publicidad y comunicación, adaptándolas a las necesidades y realidad de las agencias de mercado y de a poco los profesionales fueron surgiendo y ocupando plazas de trabajo en diferentes sectores solucionando desafíos y aplicando nuevas metodologías, técnicas y conocimientos acorde al mercado y nuevas tecnologías.

Las relaciones estratégicas entre comunicación, educación y comunidad cumplen la funcionalidad de demostrar el avance tecnológico visual, capaz de emplearse en una institución educativa haciendo que su desarrollo tenga mayor trascendencia.

La ciudad de Milagro es una zona de alta comercialización, la cual tiene la necesidad de promocionar y exponer sus productos y servicios, por lo que es indispensable tener profesionales idóneos en la materia. La Universidad Estatal de Milagro es una institución educativa pública a la vanguardia de la tecnología utilizando metodologías en cada asignatura de la carrera Diseño Gráfico y Publicidad, actualizándose y equipándose en el área humana, material y tecnológica, desarrollando en el estudiante actitudes y habilidades con la finalidad de formar profesionales de calidad para el desarrollo de la sociedad.

Las asignaturas que conforma la carrera brindan en cada nivel tecnologías contemporáneas en materia del diseño gráfico, identidad corporativa e imagen global publicitaria, editorial y multimedia con capacidad creativa analítica e innovadora. Solucionar desafíos profesionales a nivel local, nacional e internacional brindando servicios de comunicación visual usando pensamiento crítico basados en sólidos valores éticos, sociales y ambientales.

La Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil (ESPOL), es una de las instituciones educativas de nivel superior que imparte Diseño Gráfico y Publicidad, la unidad cuenta con recursos para cada estudiante es asesoramiento mediante consejeros académicos asignados al inicio de cada semestre, tecnología aplicada en modernos laboratorios y docentes que complementan la enseñanza de la carrera, ciertas asignaturas tienen similitud entre estos dos centros educativos y con el mismo criterio objetivo de formar profesionales acorde a los avances técnicos y científicos.

MARCO TEÓRICO

1. La Comunicación

La comunicación parte como el eje de transmisión para todas las ciencias desde que se lo empezó a estudiar, asociándose a los elementos culturales que pueden ser interactuados con otras ciencias, haciendo que el ser humano pueda relacionarse y tener un impacto significativo en la sociedad.

Según (Becerra Miranda & Becerra Miranda, 2013) aseguran que la comunicación como campo de estudio empezó a definirse a principios del siglo XX, y es el objeto de estudio de la ciencia de la comunicación, las cuales exploran las formas en que los elementos culturales pueden ser percibidos, transmitidos y entendidos.

La comunicación expone dos tipos de asociación por una parte la forma física acompañada de la parte verbal y la otra la representa la simbología que posteriormente esta relaciona a la forma detallada de presentar la comunicación.

Según (Costa, 2003) existen dos tipos de comunicación: La interpersonal y Grafismo. La interpersonal es un comunicado a través del habla, pero también involucra la acción no verbal que acompaña a la comunicación verbal, mientras la comunicación gráfica se da a través de mensajes prefabricado y elaborado minuciosamente antes de ser emitido.

1.1 La comunicación en la educación

La necesidad de la comunicación varía dependiendo de la necesidad del entorno en el que se necesita ser incursionado o dependiendo de la variante a la cual se lo desea presentar con el objetivo de transmitir el mensaje educativo adecuado.

La comunicación visual cambia sutilmente de un medio a otro adaptándose a la circunstancia de cada cual, con su dependencia específica de las palabras, los símbolos hasta la fotografía con sus típicas observaciones realistas, llegando a un punto que sea educativo de enseñanza. (Dondis, 1976).

Como toda ciencia los inicios fueron expuestos empíricamente por las necesidades de la comunidad, implementando formas artesanales para expresar los mensajes, siendo una forma de comunicación trascendental para la época.

La publicidad principió de modo artesanal con el afiche y el aviso, es decir dar a conocer la necesidad que afronta el mercado urbano, satisfaciendo a personas proporcionalmente con todos los elementos de conocimientos que le sean útiles. (Abraham A. Moles, 1999).

1.2 Modelos de educación que influyen en la publicidad

El diseño gráfico y la publicidad son disciplinas académicas que se han fusionado por el desarrollo que obedece a las demandas de mercado, es decir las empresas e instituciones utilizan este medio para ofrecer productos y servicios de gran alcance.

Según (Rodríguez, 2014) Dentro de estos últimos años la relación que entrelaza la publicidad como función de disciplina empresarial, con el diseño gráfico que es la forma de instituir paso a paso una imagen innovadora definiendo un mismo concepto en la cual ambas realizan una misma conducta responsable para dar una comunicación impactante.

Las ideas y la tecnología se han incrementado en el proceso del diseño por las diferentes variantes y alternativas que se presentan y las múltiples fuentes e innovaciones para presentar trabajos de alta calidad, mejorando el nivel educativo.

El diseño es el factor central de la humanización innovadora en las tecnologías y el factor crucial del intercambio cultural, económico, por lo que proyecta métodos para manifestar un proceso que es interno al diseñador y tienden a alcanzar una sistematización que les permite a otros actores involucrados, aportar información al proyecto desde otras disciplinas o a partir de experiencias diferentes. (Sierra, Lagunas, & Solfa, 2013)

1.3 Cuando nace en Ecuador como educación el diseño en la publicidad

El inicio del Diseño y Publicidad nace como una variante de la educación, es así que en 1970 esta ciencia que ahora es imprescindible para las empresas e instituciones, por lo contrario, se lo apostó como una variante de ensaño probabilístico sin futuro. Y que ahora se presenta como una carrera de cifras sin límites de ganancias para los dueños de negocios.

(Caicedo, 2011) 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 Cabanilla primer presidente declaro que en esa época la publicidad para los clientes, comerciantes e industrias no era más que una pérdida de tiempo.

El diseño estratégico parte de un plan de trabajo dirigido al entorno empresarial que muchas veces tienen cambios por la exigencia de mercado y frecuentemente es necesario darle variantes de opciones al usuario y obtener los mejores resultados, adaptándose a sus exigencias.

(ICONOFACTO, 2012) *El diseño estratégico es un enfoque integral para pronosticar movimientos o cambios en los mercados, en los requerimientos asociados a clientes y en las capacidades técnicas, como también para idear artefactos que se adapten a estos cambios de manera eficiente y eficaz.*

En la nueva era tecnológica la docencia paso a tener cambios significativos en su estructura por las exigencias modernas del mercado, es decir que con la utilización de la plataforma tecnológica se han modificado los parámetros de enseñanza, haciendo que el estudiantado tenga mejores resultados y perspectivas de educación muy altas.

Según. (Vergara Madrid & Llor Villon, 2014) La innovación educativa permite plantear las asignaturas de una forma completamente distinta, para ello se requiere de herramientas tecnológicas concretas, de tal suerte que es imprescindible formar al profesorado en habilidades creativas. La creatividad es una cualidad humana que al igual que cualquier conducta o comportamiento puede ser educable.

1.4 Como influye la comunicación dentro del diseño y la publicidad de un modelo educativo en la institución superior del cantón Milagro

El desenvolvimiento de una institución educativa depende del éxito de sus integrantes, haciendo que la comunicación entre ellos se mantenga en constante convivencia haciendo que su entorno sea del mayor agrado y transmitirlo hacia sus estudiantes. La UNEMI posee un plan de comunicación que constantemente se somete a cambios y trabaja por el bienestar de docentes, estudiantes y empleados en beneficio de la colectividad e impulsar el conocimiento, calidad, productividad, corresponsabilidad, y compromisos necesarios para alcanzar los objetivos requeridos.

Dentro de una universidad se considera que la comunicación organizacional se obtiene por el flujo de las comunicaciones en todos los niveles; serán entonces internas, externas, ascendentes, descendentes y horizontales. Se trata de establecer correctamente las relaciones, entre ellos está incluido el personal que conforma la institución. (KAROLYS, 2012)

Disponibilidad de métodos de estudios aplicada a las asignaturas de la carrera destinada a técnicas de representación utilizando herramientas gráficas análogas o digitales, estructurando metodologías de enseñanzas.

En plan de estudios aplica técnicas comunicacionales como materiales didácticos (talleres, software aplicado a las asignaturas de la carrera), Aulas con computadores específicos para utilizar en el desarrollo en las asignaturas de la carrera, laboratorios climatizados con internet inalámbrico, material de apoyo (silabo) para docente. (coraima, 2010)

La Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), acorde a la nueva tecnología decidió hace más de una década implantar la carrera de Diseño Gráfico y Publicidad, obteniendo dividendos importantes de estudiantes, haciendo que la unidad tenga gran demanda, estando a la vanguardia de la tecnología y la excelencia.

La plataforma de la creación de la nueva carrera se centralizó esencialmente en la existencia de infraestructura física y académica que tiene la universidad, en junio del 2005, oferta la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico y Publicidad, la cual posee una planta docente de alto nivel, con el objetivo de formar profesionales acordes a los avances técnicos y científicos. (Jairo, 2015)

El profesional de la comunicación debe tener como base fundamentos básicos de las ciencias teniendo en cuenta varias disciplinas sociales acorde a las actividades de aprendizaje de la comunidad.

Según (Pernias:, 2012) Proveer los conocimientos teóricos básicos en los que se fundamenta la reflexión sobre la Publicidad y las Relaciones Públicas en el contexto de las disciplinas de las ciencias sociales. Se proveen los saberes propios vinculados a la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para profundizar sobre la realidad de los medios de comunicación, la realidad social, la responsabilidad y actividad del profesional de la comunicación en la actualidad”.

Malla curricular de la Carrera de Diseño Gráfico y Publicidad en la UNEMI

1er Nivel	2do Nivel	3er Nivel	4to Nivel	5to Nivel	6to Nivel	7mo Nivel	8vo Nivel	Ejes formativos
Realidad Nacional	Investigación I	Investigación II	Redacción de texto II	Artes Graficas	Semiótica	Servicio Comunitario II	Servicio Comunitario III	Básicas
Dibujo Grafico Lineal	Taller de Diseño I	Taller de Diseño II	Investigación III	Investigación IV	Servicio Comunitario I	Optativa II	Emprendimiento	Humanas
Historia del Arte	Dibujo artístico creativo	Redacción de texto I	Ética Profesional	Legislación laboral	Optativa I	Animación I	Modelado y Animación	Investigación libre opción
Lenguaje y Comunicación	Educación Ecológica	Psicología Social	Diseño Tridimensional Publicitario	Medios Publicitarios	Mercadotecnia I	Arte y Diagramación III	Laboratorio de televisión	Optativas
Software de Diseño Grafico	Creatividad Publicitaria	Fotografía	Fotografía Publicitaria	Arte y Diagramación I	Arte y Diagramación II	Mercadotecnia II	Imagen Publicitaria	Practicas profesional
Análisis de Texto discursivo	Tipografía	Publicidad I	Publicidad II	Packaging y Display	Merchandising	Campaña Publicitaria	Animación II	

Tabla 1: Malla Curricular de la Carrera de Diseño Gráfico y Publicidad

Malla curricular de la carrera de diseño gráfico en la ESPOL

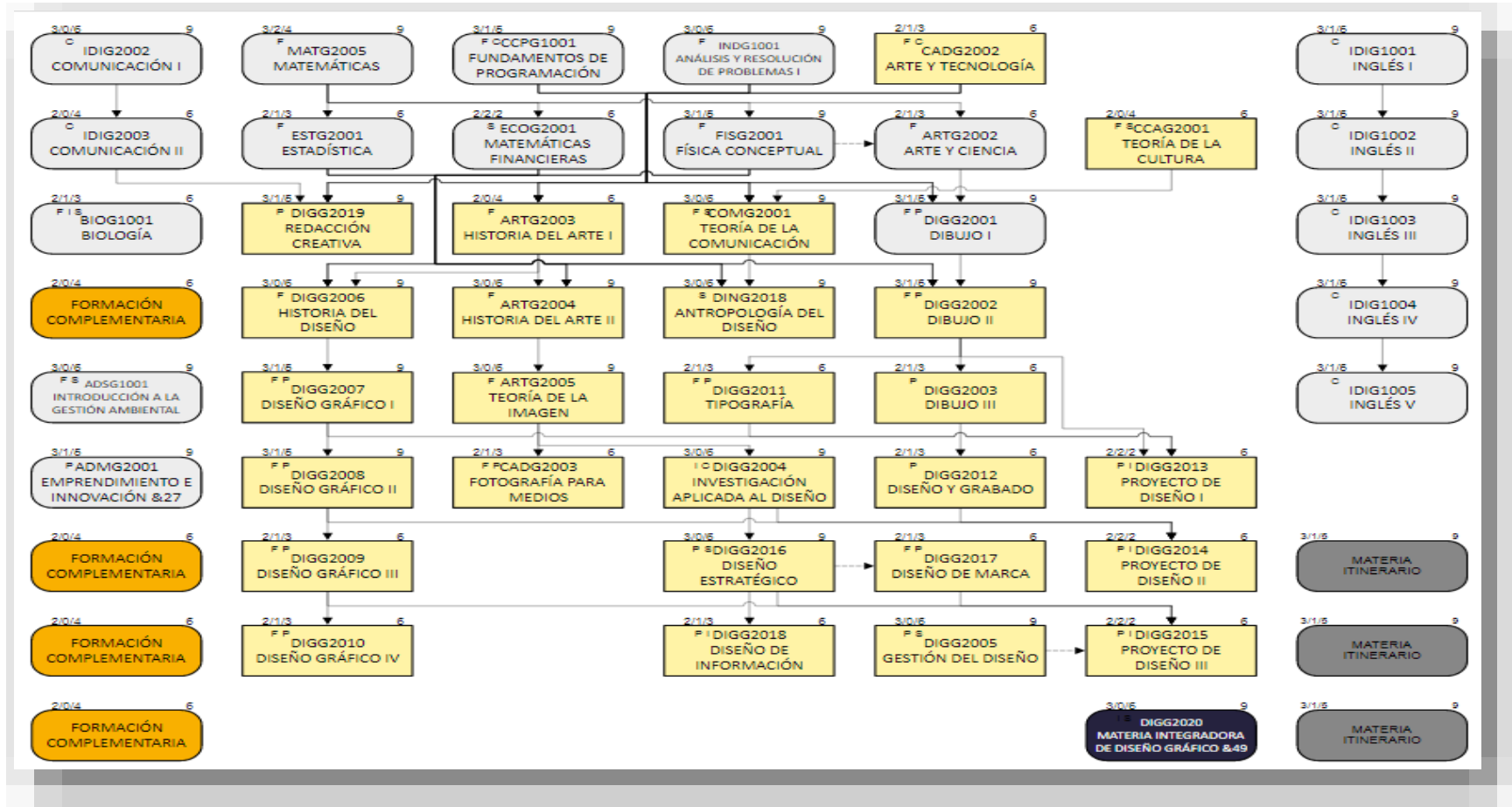


Ilustración 1: Malla Curricular de Diseño Gráfico ESPOL

Diseño gráfico y Publicidad es una carrera que plantea estrategias de comunicación, educación y comunidad, conformando un buen desarrollo y criterio para sobrellevar una formación exitosa, la cual se debe seguir por etapas que ayuden a formar profesionales.

En la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL), el Diseño Gráfico es una carrera académica de comunicación visual para realizar todo tipo de diseños, producción gráfica y publicitaria para empresas de diferentes matices.

La UNEMI y la ESPOL posee mallas curriculares con algunas similitudes, a continuación, mostramos las diferentes materias que conforman la malla curricular de la carrera de Diseño Gráfico.

DESARROLLO

La comunicación como estudio empieza en el siglo XX enfrentando cambios constantes en la sociedad debido a que utilizan el lenguaje como una herramienta cotidiana. En el ámbito educativo se demuestra que es un instrumento indispensable para la enseñanza de calidad, obteniendo beneficios y facilitando un apogeo en expresar valores educativos, aprendiendo a manejarse con los medios de comunicación, en la cual nos

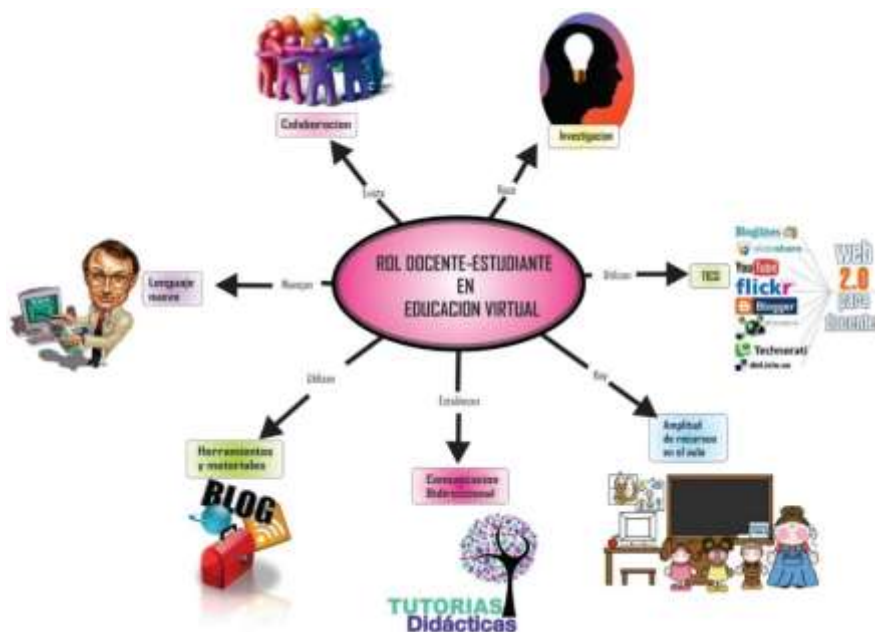


Ilustración 2: La comunicación en la Educación

enlazamos con la publicidad, como profesión creativa frente a otras actividades del ámbito informativo.

El diseño gráfico depende mucho de la comunicación porque entrelaza el trabajo organizando de los elementos otorgándole un sentido práctico. Tomando en cuenta la capacidad permitida de la línea visual como graficas de cambios en frases y enunciados para una buena orientación, comprensión y progreso. El papel fundamental del diseño publicitario como disciplina es transmitir un mensaje propicio a la necesidad de suscitar

sensaciones o reacciones en una sociedad, utilizando métodos digitales para incentivar a la creatividad y lograr varios objetivos de innovación, sobrellevándolos a la responsabilidad de una comunicación empresarial, haciendo que el diseño se convierte en uno de los factores clave de la producción.

Es de gran importancia tener un buen plan estratégico comunicativo para trabajar en una institución educativa y poder transmitir el mensaje correctamente con la finalidad de lograr producir la formación integral, armónica y permanente del hombre con orientación humanista.

En el Ecuador, la publicidad como industria ha avanzado gradualmente con los medios de comunicación, ya que la perspectiva de los administradores cambio desde que comprendieron que la publicidad ayudaba y servía a favor de ellos y sus negocios, dando a conocer su marca o identidad al público en general y específico. Reconociéndolo como una herramienta fundamental que contiene beneficios para lograr una alta demanda de compra y venta, utilizando las diferentes técnicas para anunciar y promocionar a la sociedad.

La publicidad es un bien físico que representa una parte muy importante internamente de la colectividad en la que habitamos, televisión radio, prensa escrita, cualquiera de estos medios de comunicación es útil para manejar la publicidad y de esta manera tener beneficios monetarios por publicidad.

La trayectoria de la publicidad como actividad comercial en el país están precedidos por los medios de comunicación y la implementación de soportes tecnológicos. La exigencia por apoderarse del mercado es cada vez mayor, conocer y satisfacer las necesidades del público siempre será el objetivo primordial, siendo un reto para los comunicadores y publicistas.

El primer gremio llegó en 1968 y se oficializa en 1970 esta fue nombrada con el nombre de Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP). En esa época su primer presidente fue Alberto Alarcón Cabanilla el manifestaba que la publicidad no era más que una pérdida de tiempo.

Histórica sobre la publicidad y su regulación en el Ecuador

Año / Siglo	Característica	Descripción
1970	Imprenta traída de España por la compañía Jesús	Obras religiosas
Finales del siglo XX	Progreso de la actividad publicitaria.	aparición de la radio
1968	Se crea Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP)	Relación sólida de medios de comunicación
1982	Presenta el Código de Ética y Autorregulación Publicitaria	Autodisciplina para la industria publicitaria
1990	Ley de Defensa del Consumidor	En el capítulo 3 regula aspectos básicos de la actividad publicitaria
1998	La Constitución	Incorpora la prohibición de publicidad engañosa y abusiva
2000	Vigencia la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	Normativo más riguroso para la publicidad en resguardo del consumidor
2008	La Constitución	Dispone prohibiciones a la expresión publicitaria
2013	Ley Orgánica de Comunicación	Regulación de la publicidad que afecta directo contra la libertad de expresión y empresarial.

Para algunos precursores de la publicidad era una herramienta indispensable para la

Tabla 2: En Ecuador la Publicidad

sociedad facilitando los

crecimientos tecnológicos a varias instituciones, empresas y microempresas dando a conocer lo que ellos desean transmitir a su público. Así fue evolucionando la publicidad en el país, hasta la formación del Consejo Nacional de Publicidad y empezaron elaborar el primer periódico “El telégrafo”, medio desde el cual podían hacer promociones ya que ellos sabían que esto no eran un gasto, más bien una inversión que con el tiempo iban a alcanzar buenos resultados.

EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD EN ECUADOR



Ilustración 3: Evolución de la Publicidad

En las

últimas décadas, pocas instituciones educativas constaban con la carrera de publicidad, por lo que obtuvo el apoyo de la Comunidad Iberoamericana (CIBER), para poder continuar empleando y ampliando esta profesión, por ello promovieron a introducir la carrera nombrada anteriormente en los niveles superiores: las dos pioneras fueron la Universidad Tecnológica Equinoccial y la Universidad Técnica Eloy Alfaro de Manta.

INICIOS DEL DISEÑO GRAFICO EN ECUADOR COMO CARRERA

Año	Descripción
Periodo Colonial	Aparecen establecimiento de colegios, universidades, la construcción de Iglesias, la fundación de escuela Quiteña con talleres de arte.
1755	Se introduce la imprenta
Década de los 40	Se funda en Quito e Ibarra varias facultades, escuelas e instituciones orientadas a la decoración y estudios de diseño básico.
Década de los 50	Diseño Gráfico en Ecuador empieza como carrera por artistas plásticos, arquitectos, etc.
1970	Del diseño gráfico surge la gráfica publicitaria actividad realizada por arquitectos, ilustradores y agencias publicitarias.
Década de los 80	Se fundó el instituto de diseño en Quito y la facultad de diseño en Cuenca
Década de los 90	Incide la profesionalización del diseño en distintas áreas
Década de los 2000 hasta 2005	La especialización del diseño en Universidades, escuelas e institutos en todo el país como era digital.

Tabla 3: Diseño Gráfico Quito - Ecuador

En el cantón Milagro el Diseño y la Publicidad es una base primordial porque facilita a las instituciones educativas a definir metodologías de enseñanza, de tal manera que el alumnado sienta mayor interés para aprender. En el año 2005 en la UNEMI se integra la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico y Publicidad con el objetivo de formar profesionales de calidad y de excelencia para que sea participe en el mundo de la industria y puedan orientar a cada cliente, poniendo en práctica sus experiencias que obtuvieron fuera de las aulas de clases durante todo el proceso de formación profesional.

La carrera de Diseño Gráfico y Publicidad tiene actividades y equipamiento en la cual conlleva: seminarios y congresos especializados, Laboratorios digitales, Publicaciones digitales e impresas, Departamento de fotografías, Vínculos con empresas del sector (proyectos, pasantías), Vinculación a la comunidad.

La importancia de la comunicación en modelos educativos en una carrera, depende de la enseñanza aprendida en aulas con la orientación de docentes capacitados, la evolución de tecnologías, programas apropiados y actualizados que imparten en los laboratorios, material de apoyo (silabo) para docente, este plan de estudio es para manipular herramientas y usar software especializado en diseño vectoriales lo que significa que cada escalón que asumimos es para tener una práctica exhaustiva lo que permitirá fortalecer un lugar de comercialización asegurando un nivel de calidad optimo y eficiencia en sus trabajos, solventando a sus necesidades, conformando un buen desarrollo y criterio para sobrellevar un problema en el cual se debe seguir por etapas y que ayuden a formar profesionales.

CONCLUSIÓN

Posteriormente de ejecutar una investigación de la importancia de la comunicación en la educación, diseño y publicidad logramos ultimar lo siguiente:

La comunicación es un desarrollo centralmente de la humanidad en la que se encuentran incluidos los que emiten el mensaje y quienes lo reciben, con el fin de establecer una interrelación con varias personas. La sociedad siempre constará con la comunicación, porque mediante ella utilizamos el lenguaje de una manera habitual para construir relaciones con la colectividad. Es decir tener la facilidad de hablar con otras personas e intercambiar acuerdo y desacuerdos, desarrollando el papel de emisor y receptor.

La comunicación en la educación permite que se establezca una relación entre formativos, alumnos y sociedad, logrando un ámbito propicio de acuerdo a sus hábitos y costumbres que permitan el desarrollo de la humanidad que participa.

El diseño y la publicidad es un instrumento eficaz para la comunicación ocupando un espacio privilegiado en las diversas instituciones y empresas, más aún en las áreas educativas mejorando la calidad de aprendizaje. En la ciudad de Milagro varios son los medios que aplican la metodología de presentar su información con la tónica atrayente de la presentación, persuasión y enganche para mantener a su público en constante seguimiento.

La implementación de la carrera de diseño y publicidad en las instituciones educativas de nivel superior han aportado a mejor el desempeño de publicitar y promocionar a los diferentes grupos que necesitan este tipo de servicios, poniéndose a la vanguardia a nivel global de labores artísticas presentadas por profesionales que han visto como forma de exponer sus ideas y creatividad por medio de la comunicación.

La ESPOL de la ciudad de Guayaquil y la UNEMI del cantón Milagro entre otras del país son instituciones educativas que han apostado por esta carrera repercutiendo en un sin

número de profesionales que se han convertido en aportes significativos locales y nacionales cambiando la estructura de presentar la comunicación haciéndola más recreativa visualmente y siendo un aporte fehaciente para la educación.

El plan de estudios en la institución superior pública es aplicado en la ciencia, investigación y a la tecnología cuyo principio son las metodologías de enseñanza impartida en cada asignatura.

Toda nuestra sociedad está actualmente invadida por los distintos Medios de Comunicación, es una sociedad totalmente mediatizada y no podemos dar la espalda a este hecho, en el cual la implementación de una metodología en el desarrollo de un proyecto y un adecuado uso de esta genera grandes y múltiples beneficios.

La comunicación apela a la información inmediata y cumple la función trascendental de convencer y mediante la aplicación del diseño y la publicidad hace posible que los usuarios vean el producto o servicio desde una mejor alternativa de consumo, convenciendo de que sus necesidades serán resueltas, pero a la vez cumple la función de educar desde la perspectiva del sentido del mensaje.

Por consiguiente, la comunicación resulta ser efectiva desde su visualización y los estándares de cada medio con la utilización de los símbolos, palabras, imágenes, fotografías dependiendo de la condición que establece el entorno.

BIBLIOGRAFIAS

1. Abraham A. Moles, J. C. (1999). *Publicidad y diseño: el nuevo reto de la comunicacion* (1 ed., Vol. 8). (reimpresión, Ed.) Buenos Aires, Argentina. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Ex4I7M1DmRkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Ecuador%20como%20educaci%C3%B3n%20el%20dise%C3%B1o%20y%20la%20publicidad&ots=_Cfq76Ks34&sig=r0BMjIEkTepZusUkbFiNBbcanQk#v=onepage&q&f=false
2. Alexa, J. (Noviembre de 2014). Obtenido de Historia y evolución de la publicidad en el Ecuador: <https://prezi.com/wva4v05jg3gh/historia-y-evolucion-de-la-publicidad-en-el-ecuador/>
3. Argueta, W. (Miércoles de Agosto de 2014). *Existen modelos de comunicación Educativa*. Obtenido de <http://comunicaeducamaster.blogspot.com/>
4. Becerra Miranda, D. P., & Becerra Miranda, L. H. (2013). *Diseño e implementación de un plan estratégico de comunicación para la corporación escuela superior administración y estudios tecnológicos E.A.E.* Obtenido de Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali : <http://red.uao.edu.co:8080/jspui/bitstream/10614/5674/1/T03702.pdf>
5. Borrini, A. (2006). *Publicidad, Diseño y Empresa* (1era ed.). Buenos Aires. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=n-PHAR59iD8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
6. Caicedo., R. E. (2011). *LOS PROTAGONISTAS DE LA PUBLICIDAD EN EL ECUADOR LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS. ESTUDIO HISTÓRICO Y DE CONTEXTO*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:g0bVJiHsbUJ:repositorio.ut e.edu.ec/bitstream/123456789/10249/1/43582_1.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&client=firefox-b
7. coraima. (Junio de 2010). *Guía metodológica para el diseño curricular por competencias carrera licenciatura en Diseño Gráfico y Publicidad*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro: <http://www.unemi.edu.ec/index.php/noticias-antteriores/236-diseno-grafico-una-profesion-con-gran-demanda-en-el-mercado-laboral>
8. Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (1era, 2003 ed.). (F. N. Meyer, Ed.) La Paz, Bolivia.
9. Dondis, D. (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
10. ICONOFACTO. (Junio de 2012). Innovación y creación de valor en productos y servicios en el marco de la comunicación multidimensional. *ICONOFACTO*, 8(10), 33. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1345948500/7D9EA1B1E93E401CPQ/5?accountid=38773>
11. Jairo. (Junio de 2015). *Diseño Gráfico, una profesión con gran demanda en el mercado laboral*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro: <http://www.unemi.edu.ec/index.php/noticias-antteriores/236-diseno-grafico-una-profesion-con-gran-demanda-en-el-mercado-laboral>

12. KAROLYS, M. E. (2012). *DISEÑO DE UN PLAN DE MULTIMEDIA INTERACTIVO EN ENTORNOS DE E- LEARNING SÍNCRONO PARA LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y SISTEMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA* . Obtenido de UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR, DE QUITO: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2051/1/T-UIDE-1181.pdf>
13. Luz, F. B. (Septiembre de 2014). Creatividad, Innovacion y Trabajo en las Agencias Publicitarias en la Era Digital. *Razon Y Palabra*, 18(87). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199531505009.pdf>
14. Maria Jose Arzube Abad, Solorzano Arboleda, A. J., & Peña Gutierrez, M. L. (2012). *Creacion de un centro de diseño grafico y publicidad, marketing en la ciudad de Milagro*. Obtenido de Escuela Superior Politecnica del Litoral: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20900/7/PUBLIMARK%20PDF.pdf>
15. Maria Luz Ponce, G. C. (Septiembre de 2011). *Historia del Diseño Grafico en el Ecuador 1970 - 2005*. Obtenido de Diseño Grafico Quito - Ecuador: <http://www.historiadisenio.ec/historia.php?c=43>
16. Mesa, C. M. (2014). *La comunicacion influye en la satisfaccion laboral en la empresa de calzado ávis canton cevallos de la provincia de Tungurahua*. Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8167/1/FCHE-IFTGPI-67.pdf>
17. México, U. A. (Enero de 2013). Desarrollo del centro de gestión, innovación y seguimiento tecnológico de la facultad de arquitectura y diseño, UAEMÉX. *Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*(10). Obtenido de <http://www.ride.org.mx/1-11/index.php/RIDSECONDARIO/article/viewFile/445/437>
18. Natalia Galvez, S. L. (Febrero de 2012). Medios online y Publicidad, Perfiles profesionales en Educacio Superior. *Vivat Academia*(117E). Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1022698962/B6D392D6797843E0PQ/28?accountid=38773>
19. Pernias:, P. L. (Febrero de 2012). EL LENGUAJE AUDIOVISUAL EN LOS GRADOS DE COMUNICACIÓN: NUEVA METODOLOGÍA DOCENTE. *Vivat Academia*(117E), 394 - 396. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1022699023/940A2787A7BD49D4PQ/2?accountid=38773>
20. Rita, P. S., & Vasquez Guizado, I. (2009). *Plan de culturización publicitaria para los empresarios y microempresarios del canton milagro*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro: <https://www.yumpu.com/es/document/view/13769065/tesis-completapdf-repositorio-de-la-universidad-estatal-de->
21. Rodriguez, J. R. (2014). El reto de la responsabilidad del diseño . *Grafica*, 4(7). Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2016v4n7/grafica_a2016v4n7p9.pdf

22. Sierra, M., Lagunas, F., & Solfa, F. (Noviembre de 2013). *La integracion metodologica para el desarrollo de productos*. Obtenido de Universidad Nacional de la Plata:
<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/aei/article/view/281/479>
23. TORO, J. A. (2011). Comunicación estratégica para campañas. *Pensar la Publicidad*, IV(2), 169-190. Obtenido de
<https://search.proquest.com/docview/871380559/B6D392D6797843E0PQ/4?accountid=38773>
24. Vergara Madrid, E. M., & Loor Villon, L. P. (2014). *Influencia de metodologias educativas en la creatividad aplicadas a la asignatura de diseño grafico*. Obtenido de Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16649/1/BFILO-PMP-14P95.pdf>